

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

INDUSTRIE CINÉMATOGRAPHIQUE QUÉBÉCOISE ET MONDIALISATION:  
QUELS ENJEUX POUR LA DIVERSITÉ CINÉMATOGRAPHIQUE?

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR

CHARLOTTE JUTRAS-MARION

AVRIL 2014

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»



## REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier mon directeur de recherche, Marc Ménard, pour son soutien tout au long de la rédaction de ce mémoire. Il a su m'aider à passer à travers les doutes, petits et grands, qui ont parsemé ce processus de réflexion et d'écriture.

J'aimerais également remercier chaleureusement les membres de ma famille pour leur aide et leurs encouragements. Leur intérêt pour mes recherches a été une grande source de motivation et m'a aidée à passer à travers cette épreuve que peut parfois représenter la rédaction d'un mémoire.

Enfin, un grand merci à mes amis qui ont rendu ce passage aux cycles supérieurs particulièrement agréable.





## TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES ACRONYMES .....	v
RÉSUMÉ.....	vii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
LA PROBLÉMATIQUE.....	5
1.1 Mise en contexte .....	5
1.1.1 Une industrie en mutation : portrait statistique .....	5
1.1.2 L'intervention culturelle au Québec.....	8
1.2 Sujet de recherche .....	21
1.3 Formulation de la question spécifique .....	24
1.4 Hypothèse de départ.....	24
1.5 Pertinence communicationnelle .....	24
CHAPITRE II	
CADRE THÉORIQUE .....	27
2.1 La nature complexe du cinéma .....	27
2.1.1 La dichotomie art/industrie .....	27
2.1.2 La particularité des produits culturels industrialisés .....	29
2.2 Concepts clés.....	34
2.2.1 Mondialisation.....	34
2.2.2 Diversité culturelle .....	42
CHAPITRE III	
MÉTHODOLOGIE.....	49
3.1 Cadre méthodologique .....	49
CHAPITRE IV	
LA MONDIALISATION ET L'INDUSTRIE DU CINÉMA .....	53

4.1	Financiarisation des entreprises.....	53
4.1.1	Qu'est-ce que la financiarisation? .....	53
4.1.2	Financiarisation et cinéma .....	54
4.1.3	L'influence de l'actionnariat sur la stratégie .....	55
4.1.4	Réduire les risques au nom de la rentabilité .....	61
4.1.5	Domination de l'orientation marché.....	66
4.1.6	Synthèse : une sphère financière envahissante .....	68
4.2	Intensification de la circulation humaine et matérielle à l'échelle mondiale .....	69
4.2.1	Un phénomène en expansion.....	69
4.2.2	Mobilité du travail créatif et technique.....	71
4.2.3	Un marché de masse mondial .....	77
4.2.4	Synthèse : un nouveau rapport au Monde.....	81
4.3	Mise en concurrence des États.....	82
4.3.1	Vers une économie de libre marché en culture.....	82
4.3.2	Évolution des rapports de force .....	84
4.3.3	Synthèse : la légitimité de l'intervention étatique mise en doute .....	88
CHAPITRE V		
DIVERSITÉ DE L'OFFRE CINÉMATOGRAPHIQUE.....		91
5.1	Évolution de l'offre cinématographique au Québec.....	92
5.1.1	Produire en fonction des préférences révélées des consommateurs .....	92
5.1.2	Quelle place pour l'originalité? .....	95
5.1.3	Une industrie fracturée .....	101
5.2	La culture en mouvement .....	105
CONCLUSION .....		111
DOCUMENTS AUDIOVISUELS CITÉS.....		116
BIBLIOGRAPHIE.....		119

## LISTE DES ACRONYMES

ACDF	Association canadienne des distributeurs de films
ACPM	Association canadienne de la production médiatique
ACPQ	Association des cinémas parallèles du Québec
ALE	Accord de libre-échange Canada-États-Unis
ALENA	Accord de libre-échange nord-américain
AMI	Accord multilatéral sur les investissements
APCCQ	Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs du Québec
ARRQ	Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec
BCPAC	Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens
BSC	Bureau de surveillance du cinéma
CAC	Conseil des arts du Canada
CALQ	Conseil des arts et des lettres du Canada
CNC	Centre national du cinéma et de l'image animée
GATT	Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce
IQC	Institut québécois du cinéma
ISU	Institut de statistique de l'UNESCO
MPAA	Motion Picture Association of America

MPAC	Motion Picture Association – Canada
OCCQ	Observatoire de la culture et des communications du Québec
OEA	Observatoire européen de l’audiovisuel
OIM	Organisation internationale pour les migrations
OMC	Organisation mondiale du commerce
ONF	Office national du film
ONU	Organisation internationale des Nations-Unies
SCP	Service de ciné-photographie de la province de Québec
SDICC	Société de développement de l’industrie cinématographique canadienne
SGC	Société générale du cinéma
SODEC	Société de développement des entreprises culturelles
SODICC	Société de développement des industries de la culture et des communications
SOGIC	Société générale des industries culturelles
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l’éducation, la science et la culture

## RÉSUMÉ

Ce mémoire propose une analyse des effets actuels et potentiels de la mondialisation sur la diversité de l'offre cinématographique au Québec. S'appuyant sur une étude de la littérature relevant de l'économie des biens culturels, il s'intéresse à l'évolution de la structure de l'industrie cinématographique québécoise afin de mieux comprendre comment se jouent les tensions entre les logiques de différenciation et d'uniformisation dans la production et dans la diffusion des oeuvres cinématographiques. Il en ressort le constat d'une homogénéisation progressive, mais limitée de l'offre cinématographique au Québec, caractérisée par une double fracture. Cette dernière résulte d'un accroissement de l'écart entre petits et grands, tant à l'échelle mondiale qu'à l'échelle, beaucoup plus proche et engageante, de l'industrie québécoise.

Mots clés : Diversité culturelle, Mondialisation, Industrie cinématographique, Québec, Financiarisation.



## INTRODUCTION

La diversité culturelle fait partie des grands enjeux du 21<sup>e</sup> siècle comme en témoignent les nombreux ouvrages, rapports et traités portant sur les inquiétudes que soulève cette notion. En lien avec le processus de mondialisation actuel, la notion de diversité culturelle est utilisée à des fins politiques, servant à illustrer à la fois les craintes et les opportunités que peuvent représenter l'ouverture des frontières et l'économie de libre marché.

Par la ratification de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (Unesco, 2005), 125 États membres de l'Unesco ont souligné l'importance de la protection et de la promotion de la diversité culturelle comme éléments essentiels au respect et au maintien des différentes cultures dans le contexte économique actuel.

La lecture des multiples ouvrages portant sur ce sujet nous a amenés à nous demander comment les nouvelles règles régissant les flux commerciaux mondiaux affectent (de manière positive et négative) la production culturelle nationale. En visant spécifiquement le cas du Québec, nous cherchons à comprendre comment la mondialisation, par les changements structuraux qu'elle induit au sein de l'industrie cinématographique, pourrait favoriser une homogénéisation progressive de l'offre cinématographique.

Pour ce faire, nous présentons, au Chapitre I, notre problématique de recherche de manière à clarifier l'orientation de notre travail. Nous commençons par une mise en contexte : un portrait statistique nous permet d'identifier certains symptômes des changements en cours au sein de l'industrie cinématographique québécoise puis une



présentation de l'historique de l'intervention culturelle au Québec nous permet de mieux comprendre les décisions politiques se rattachant à l'industrie cinématographique. Ensuite, nous précisons notre sujet de recherche et nos intuitions puis soulignons la pertinence communicationnelle de la problématique choisie.

Le Chapitre II est consacré à la présentation de notre cadre théorique. Dans un premier temps, nous appréhendons cet objet complexe qu'est le cinéma, notamment par sa double nature : à la fois art et industrie. Dans un deuxième temps, nous définissons deux concepts clés de notre recherche, soit la mondialisation et la diversité culturelle. Ces deux concepts sont souvent utilisés à tort et à travers par les médias, il nous semblait donc essentiel de prendre le temps de bien les définir et de les aborder sous un angle pertinent à notre étude. On établit donc, dans ce chapitre, les bases de notre analyse.

Au Chapitre III, nous présentons notre cadre méthodologique en expliquant avec soin la méthode de recherche qualitative qui a guidé nos démarches : la recherche documentaire.

Les Chapitres IV et V constituent le cœur de notre analyse. Au Chapitre IV, nous exposons les phénomènes clés du processus de mondialisation actuel et en déterminons les impacts sur l'industrie cinématographique québécoise. Les trois phénomènes abordés sont les suivants : la financiarisation des entreprises, l'intensification de la circulation humaine et matérielle à l'échelle mondiale et la mise en concurrence des États. C'est à partir des éléments repérés dans ce chapitre que nous poursuivons notre analyse, au Chapitre V, en repérant quelles peuvent être les conséquences de ces changements au sein de l'industrie sur la diversité de l'offre cinématographique au Québec.

En guise de conclusion, nous présentons une synthèse des principaux constats qui émergent de notre analyse et qui s'articulent autour de l'exacerbation de la double fracture opposant d'un côté les grands joueurs mondiaux aux grands joueurs québécois et de l'autre ces même grands joueurs québécois aux petits joueurs québécois. Cette double fracture se reflète alors dans la diversité de l'offre cinématographique. Nous soulignons par la suite les limites de notre étude et proposons de nouvelles pistes de recherche en introduisant une nouvelle variable dans l'équation : le numérique.



## CHAPITRE I

### LA PROBLÉMATIQUE

Dans ce chapitre, après une brève mise en contexte, nous exposerons notre sujet de recherche en prenant bien soin d'en délimiter les contours. Une fois nos intentions clarifiées, nous formulerons notre question spécifique et notre hypothèse de recherche. Enfin, nous présenterons quelques éléments concernant la pertinence communicationnelle de notre sujet de recherche.

#### 1.1 Mise en contexte

##### 1.1.1 Une industrie en mutation : portrait statistique

Selon les données fournies par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec [OCCQ] (Allaire *et al.*, 2012), il y a depuis cinq ans, au Québec, une transformation de la structure industrielle cinématographique. Cette section sera l'occasion de saisir la nature de cette transformation à partir de diverses données statistiques portant sur l'exploitation, la distribution et la production cinématographique.

Concernant l'exploitation cinématographique, cette étude de l'OCCQ nous indique que le nombre d'établissements cinématographiques actifs (cinémas et ciné-parcs) a chuté au cours des dernières années, passant de 137 établissements en 2007 à 118 en 2011, soit un taux de croissance annuel moyen de -2,8 %. L'étude note également une concentration de la propriété des parcs d'écrans en faveur des chaînes (Cinéplex, Guzzo, Ciné-Entreprise et RGFM). Ces chaînes, détenant en moyenne 10,3 écrans par

établissement en 2011 (contre 4,1 écrans pour les indépendants), sont propriétaires de la majorité des écrans, soit de 62,9 % des écrans de l'ensemble du Québec. L'exploitation des films se voit donc concentrée au sein d'un nombre de plus en plus restreint d'entreprises propriétaires d'un très grand nombre d'écrans.

Du côté de la distribution, si l'on observe les données présentées sur le site Internet de l'OCCQ (2013a) portant sur le nombre de distributeurs titulaires d'un permis général<sup>1</sup>, on remarque un élargissement des débouchés visés par les distributeurs. En effet, en 2008, seize distributeurs visaient le marché des salles, six le marché des salles et le commerce de détail de matériel vidéo, trois le marché des salles et autres marchés (sauf le commerce de détail de matériel vidéo) et dix tous les marchés. En 2011, seulement onze distributeurs visaient uniquement le marché des salles, sept le marché des salles et du commerce de détail de matériel vidéo, neuf le marché des salles et autres marchés (sauf le commerce de détail de matériel vidéo) et dix-neuf tous les marchés. On remarque ainsi une diminution du nombre de distributeurs visant uniquement le marché des salles et une augmentation du nombre de distributeurs visant les salles et les autres marchés. Les entreprises semblent donc s'ouvrir peu à peu à un plus grand nombre de marchés afin de demeurer compétitives et de conserver un certain pouvoir de négociation.

Au niveau de la mise en disponibilité des films, selon l'étude sur l'exploitation cinématographique de 2012 (Allaire *et al.*, 2012), la domination des films états-uniens sur les écrans du Québec se confirme, ce pays s'accaparant en 2007 et en 2011 respectivement 76,3 % et 77,1 % de l'assistance et 75,9 % et 77,8 % des recettes<sup>2</sup>. Ces chiffres sont entre autres expliqués par le nombre de films produits par ces deux

---

<sup>1</sup> « Le titulaire d'un permis général est un distributeur dont le centre de décision et l'endroit où s'exerce la direction véritable de l'entreprise est situé au Québec (L.R.Q., c. C-18.1, article 103 et 104). » (OCCQ, 2013a)

<sup>2</sup> Le coût d'entrée moyen pour les films états-uniens est plus élevé étant donné les frais supplémentaires chargés pour les films en 3D dont les États-Unis s'accaparent 84,5 % des recettes en 2011. (Allaire *et al.*, 2012)

pays, le nombre de films états-uniens diffusés au Québec et l'intensité de cette diffusion.

En effet, le nombre de films produits au Québec est nettement inférieur au nombre de films produits aux États-Unis. L'offre de films en salle s'en voit donc déséquilibrée. À titre d'exemple, en 2009, le Québec produisait 30 longs-métrages de fiction (incluant les coproductions majoritaires) alors que les États-Unis en produisaient 677 (OCCQ, 2013a).

De plus, en ce qui concerne les projections, les films provenant des États-Unis sont généralement diffusés en plus grand nombre et sur un plus grand nombre de copies que les films québécois ou étrangers. Selon l'OCCQ (2013a), en 2011, 320 films états-uniens tous genres confondus ont été présentés dans les établissements cinématographiques québécois avec une moyenne de 24,7 copies par film. Lors de cette même année, 71 films québécois tous genres confondus ont été présentés dans ces mêmes établissements avec une moyenne de 16,9 copies par film. Les films québécois sont donc nécessairement beaucoup moins présents sur les écrans de la province.

Ces données sont intéressantes, particulièrement si nous considérons que, comme mentionné par Poirier (2004), l'assistance aux films québécois est fortement dépendante du nombre de films québécois mis à l'affiche, l'offre déterminant en partie la demande. Une telle affirmation, accompagnée des données ici présentées, pourrait ainsi laisser croire qu'une croissance du nombre de films québécois ou étrangers mis à disposition du public pourrait contribuer à en hausser la demande.

Finalement, toujours en ce qui concerne l'offre cinématographique, nous avons constaté, à partir des données du site de l'OCCQ, qu'il y a une forte croissance de la part de films se classant dans la catégorie *Visa général* au détriment des autres catégories. En effet, le taux de croissance annuel moyen [TCAM] du nombre de films

de la catégorie *Visa général* est positif (5,9 %), alors que ceux des films *13 ans et plus*, *16 ans et plus* et *18 ans et plus* sont en forte décroissance, respectivement de - 3,7 %, - 12 % et - 14,5 %. Le *Visa Général*, permettant de rejoindre un public beaucoup plus large, est particulièrement attrayant pour ceux qui favorisent une approche de marché de masse. La popularité de cette approche semble se confirmer par ces données. De plus, selon l'étude de 2012 (Allaire *et al.*, 2012), sept productions parmi les dix films les plus populaires de 2011 sont des suites de séries à succès. Il semblerait donc que les producteurs et les consommateurs prennent peu de risques dans leur choix de films, préférant miser sur des films dont le succès potentiel est plus prévisible.

Ainsi, chacune de ces données statistiques nous informe des nombreux changements en cours au sein de l'industrie cinématographique québécoise. Selon ces données, les changements structuraux, tant au niveau de la production, de la distribution et de l'exploitation semblent avoir un impact sur l'offre cinématographique. La diversité des films (tant en ce qui concerne l'origine des films projetés, leur classement ou leur caractère novateur) pourrait en être affectée. Cette mise en contexte statistique nous permet ainsi de mieux cerner quels éléments devront être pris en compte afin de comprendre l'impact, au Québec, de la mondialisation sur la diversité cinématographique.

### 1.1.2 L'intervention culturelle au Québec

#### 1.1.2.1 Brève introduction

Le Canada, et le Québec tout particulièrement, ont été des précurseurs en termes d'intervention culturelle. Ces deux paliers gouvernementaux ont en effet très tôt reconnu l'importance de la culture comme outil nécessaire au renforcement d'une culture identitaire nationale forte. Ainsi, l'envahissement des espaces de diffusion canadiens et québécois par les productions états-uniennes les a forcés à mettre en place des mesures encourageant la production culturelle locale ainsi que sa diffusion.



Par leur interventionnisme, le Canada et le Québec ont reconnu la particularité du produit culturel (l'investissement en culture représente en moyenne, en 2009-10, 4,16 milliards de dollars du budget fédéral pour l'ensemble du Canada et 0,98 milliard de dollars du budget du Québec pour l'ensemble de la province) (Statistique Canada, 2012). Signataires de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (Unesco, 2005), ils affirment que les produits culturels sont « porteurs d'identité, de valeur et de sens » et qu'ils ne doivent donc pas être considérés comme de simples marchandises.

En favorisant la formation d'une véritable industrie culturelle en mesure de maintenir une identité culturelle forte, les gouvernements espèrent notamment soutenir une industrie cinématographique nationale performante capable de concurrencer les voisins du sud dont la part de marché au Québec demeure très importante. On remarque ainsi une certaine tendance vers une approche industrielle (Poirier, 2005) afin de maintenir une industrie cinématographique économiquement viable.

Le marché québécois étant relativement modeste, le soutien de l'État demeure nécessaire à la survie du cinéma québécois, d'où la création et le maintien d'organismes tels que Téléfilm Canada au fédéral et la Société de développement des entreprises culturelles [SODEC] au provincial. L'équilibre entre le *récit économique du libre marché*, qui valorise une grande liberté des acteurs privés, et le *récit identitaire*, qui valorise l'importance de la culture pour « la construction identitaire d'une collectivité », demeure néanmoins très fragile (Poirier, 2004, 2005).

Ce type d'interventions gouvernementales étant souvent critiqué, notamment par les États-Unis, pour son caractère protectionniste (Théoret, 2008a), l'adoption en 2005 de la Convention a permis au Québec de faire reconnaître son droit d'intervenir sur son propre territoire de manière à protéger ses industries culturelles et à limiter la domination états-unienne. De plus, sans pour autant encourager la mise en place de mesures protectionnistes, le concept de diversité culturelle favorise une ouverture



équilibrée aux productions étrangères (George, 2008). Dans un tel contexte, l'État québécois doit demeurer vigilant afin de trouver un équilibre entre ses priorités identitaires et économiques, entre le protectionnisme et le libéralisme.

#### 1.1.2.2 Le modèle québécois

Afin de comprendre l'origine des politiques culturelles canadiennes et québécoises, il est intéressant d'examiner les propos tenus par Colbert (sans date).

Cet auteur identifie trois modèles d'intervention étatique présents dans le monde : l'état architecte, l'état mécène et l'état facilitateur. Selon l'auteur, ces trois modèles, malgré quelques distinctions propres à chaque pays, « font la synthèse de ce que l'on trouve dans les pays industrialisés en termes de politiques culturelles ». Une analyse des propos de Colbert nous permettra d'identifier les différents mécanismes de soutien à la culture mis en place par les gouvernements québécois et canadien.

Le modèle français, l'*État architecte*, implique un État central fort qui prend les décisions qui seront appliquées à l'ensemble du territoire. « Dans une “monarchie” culturelle de ce type, le ministre de la Culture est tout-puissant et l'État décide de ce qui est bon pour le citoyen. » (p.7) C'est dans l'esprit de ce modèle que le Québec a fondé, en 1961, le ministère des Affaires culturelles du Québec. Ce ministère conserve depuis sa fondation un rôle important dans le développement culturel et porte aujourd'hui le nom de ministère de la Culture et des Communications du Québec. Ce modèle est très peu présent au Canada anglais, mis à part pour certains volets du Ministère du Patrimoine canadien.

Le modèle anglais, l'*État mécène*, prévoit la mise en place d'un organisme « [...] distinct du pouvoir, donc indépendant des décisions et du contrôle politique. » (p.7) Cet organisme est autonome, tant en ce qui concerne son processus décisionnel que son organisation, mais il dépend financièrement de l'État central. Selon Colbert (sans date), ce modèle mis en place après la Deuxième Guerre mondiale, tire ses

origines du puritanisme anglais du XIXe siècle et de la nécessité, en temps de guerre, de soutenir le moral de la population par la culture. Le pouvoir était conscient de l'importance de la culture pour la cohésion sociale et voulait encourager la création artistique sans pour autant y être associé. C'est ce qui l'amena à créer un organisme à but non lucratif afin de soutenir la culture durant la guerre. Cet organisme fut transformé en organisme public par la suite pour former le Art Council of Great-Britain.

Au Québec et au Canada, l'influence de ce modèle se manifeste par la création de plusieurs organismes parapublics : Radio-Canada/CBC (1936), Office National du Film [ONF] (1939), Conseil des arts du Canada [CAC] (1957), Téléfilm Canada (anciennement la SDICC) (1968), Conseil des arts et des lettres du Québec [CALQ] (1994), SODEC (1995), etc. Afin de respecter l'esprit de ce modèle, le CAC et le CALQ (bien que recevant leurs fonds du gouvernement et, dans le cas du CALQ, devant respecter quelques grandes lignes directrices établies par le ministère) fonctionnent par jurys de pairs afin que les décisions ne soient pas affectées par les changements politiques.

Le modèle américain, l'*État facilitateur*, refuse toute politique publique dans le domaine culturel comme dans presque tous les secteurs. Ce modèle découle de la révolution américaine de 1775 qui a mené à un refus absolu de toute forme possible de monarchie. Selon ce modèle, c'est aux collectivités locales de décider de ce qu'elles veulent et de trouver le financement nécessaire. Il est donc fondé sur l'effort privé, que les organismes soient à but lucratif ou à but non lucratif.

Au Québec, ce modèle commence à gagner en importance et les gouvernements tentent de favoriser les initiatives privées. Il n'est cependant pas très populaire puisque le mécénat ne fait pas partie des traits culturels québécois. En effet, malgré des crédits d'impôt plus avantageux au Québec qu'aux États-Unis (puisque nous sommes plus imposés) le nombre de dons y demeure très faible.

Ainsi, notre bagage historique, notre lien avec ces trois pays, teinte notre modèle d'intervention culturel. Le Québec adopte donc un modèle mixte, visant à tirer le meilleur de ces modèles même s'ils sont parfois en contradiction.

Ce résumé du texte de Colbert introduit de manière large, mais pertinente, la relation qu'entretiennent l'État québécois et l'État canadien avec le secteur culturel. Ces modèles d'intervention ont contribué à façonner l'industrie cinématographique québécoise telle qu'elle est aujourd'hui.

#### 1.1.2.3 L'évolution de l'intervention étatique

Lorsque nous observons l'évolution de l'intervention étatique au Québec, nous pouvons identifier plusieurs phases qui ont mené à la situation actuelle. L'analyse de ces phases nous permet de comprendre les décisions gouvernementales relatives à la production et distribution cinématographique au Québec. Je tenterai ici de souligner certaines dates et mesures importantes dans l'histoire de l'intervention étatique québécoise et canadienne dans le milieu culturel et, plus particulièrement, dans le domaine cinématographique. Ce portrait de l'évolution de l'intervention étatique tire la plupart de ses informations du tome 2 du livre de Christian Poirier, intitulé *Le cinéma québécois. À la recherche d'une identité?* (2004).

À la suite de l'ouverture des premières salles de cinéma au Québec en 1906, le gouvernement provincial décide rapidement de légiférer dans ce domaine. Sa première intervention, en 1911, fait suite aux plaintes de l'Église qui voulait que les salles soient fermées le dimanche et que l'accès soit interdit aux moins de 16 ans. L'État agit alors comme médiateur entre l'Église et les exploitants de salles. Un an plus tard, en 1912, le gouvernement québécois crée le Bureau de censure des « vues animées » de la province de Québec. Il s'agit d'un moyen pour le gouvernement québécois d'intervenir sur le contenu des films et sur la structure de l'industrie et de devancer le gouvernement fédéral sur ce terrain.

Les dix premières années du cinéma au Québec et au Canada sont florissantes. La popularité du cinéma ne peut être contestée et le cinéma américain domine de plus en plus les écrans. La crainte que le cinéma « américanise » les Canadiens devient objet de débats.

Durant les années 1930 à 1950, le récit identitaire domine. L'État fédéral craint que l'identité canadienne ne soit menacée par l'envahissement des productions américaines et l'État québécois éprouve les mêmes craintes par rapport à l'envahissement des productions anglophones (qu'elles soient canadiennes ou américaines). L'État et l'Église se mettent donc à encourager la production cinématographique et la diffusion des produits culturels nationaux comme outils d'affirmation nationale. Le fédéral crée alors, en 1936, Radio-Canada/CBC afin de contrôler la diffusion radiophonique canadienne. Il crée ensuite, en 1939, l'ONF afin de développer la production cinématographique canadienne. Cet organisme avait pour mandat de favoriser l'unité nationale, mais évacuait complètement le Québec comme réalité constitutionnelle et culturelle. Afin de s'affirmer sur le plan cinématographique, le Québec crée alors le service de ciné-photographie de la province de Québec [SCP]. Ce dernier avait pour mandat de s'occuper de la gestion de tout ce qui concerne la cinématographie pour les ministères. Son mandat n'était pas fondamentalement artistique.

En 1957, fidèle au modèle anglais, l'État fédéral fonde le Conseil des arts du Canada [CAC] afin de favoriser la création artistique. La création de cet organisme est le résultat d'un important rapport qui a marqué le développement culturel au Canada : le rapport de la commission royale d'enquête sur l'avancement des Arts, Lettres et Sciences au Canada 1949-1951, aussi appelé le rapport Massey (Massey, 1951). Ce rapport encourageait l'appui du gouvernement fédéral aux activités culturelles (dont le cinéma) entre autres par la création du CAC. Au chapitre portant sur le cinéma, le



rapport fait référence au cinéma « comme moyen de favoriser l'unité nationale et l'éducation des masses » (p.61).

L'intervention publique en culture y est présentée comme étant la seule façon d'assurer la production de films de qualité, en opposition aux productions privées qui relèvent plutôt de la culture populaire et ne représentent donc pas « [...] un bon socle pour développer une conscience nationale » (Poirier, 2004 p.174-175).

Plus loin dans le rapport, en réponse aux acteurs de l'industrie qui jugent que le monopole d'État dans la production cinématographique représente une menace à l'intérêt public par sa concurrence injuste aux entreprises privées, la commission répond que « seule une organisation nationale [est] en mesure de protéger la nation contre une commercialisation et une américanisation excessive. » (p.70) Ainsi, la production culturelle nationale est perçue comme étant le meilleur moyen de contrer les effets néfastes de la structure de l'industrie, dominée par des pouvoirs américains, sans pour autant développer des mesures protectionnistes. Le récit identitaire domine, car c'est par l'intervention publique que le gouvernement croit pouvoir contrer les effets négatifs du récit économique prôné par les Américains.

Suite à ces décisions du fédéral et afin de réaffirmer l'autonomie provinciale dans le domaine de la culture, le Québec s'inspire du modèle français et fonde en 1961 (deux ans après la France) le Ministère des Affaires culturelles. Celui-ci commande, l'année suivant sa création, un important rapport qui dénonce l'intégration verticale des entreprises œuvrant dans l'industrie cinématographique. On y affirme que cette intégration défavorise la production indépendante, les recettes retournant dans les poches des studios américains qui possèdent la majorité des salles (le même problème est également mentionné dans plusieurs rapports remis au gouvernement fédéral). On y recommande également que l'État assume un rôle d'éducateur, en aidant le spectateur dans ses choix, plutôt qu'en censurant les productions. Cette dernière recommandation est adoptée comme en témoigne le changement de nom et de

mission du Bureau de censure. En effet, en 1967, le Bureau de censure devient le Bureau de surveillance du cinéma [BSC] et est désormais responsable de la classification des films selon les catégories d'âge. Les employés sont alors choisis pour leurs compétences et non plus pour leur affiliation politique.

Au cours des années 1960, le gouvernement fédéral sera amené à revoir ses politiques concernant l'industrie privée du film. Suite aux événements de la Révolution tranquille, « [s]upporter l'industrie privée du film devient [...] une manière, parmi d'autres, de tenter de maintenir la cohésion de l'État et de la société canadienne dans le contexte de la remise en question et de la redéfinition des rapports entre le Québec et le Canada » (Poirier, 2004 p.178). L'État choisit alors de soutenir le développement culturel de la même manière qu'il soutient le développement économique, ses décisions s'inscrivant dans la logique de l'économie de marché assisté par l'État. « On note ainsi un très net déplacement du discours du développement culturel au développement industriel » note Poirier (2004 p.182). L'idéologie libérale s'impose peu à peu, l'État désirant donner davantage de place aux entreprises privées.

C'est dans ce contexte que le Canada signe, en 1962, le premier accord de coproduction avec la France (s'assurant un rôle dans l'économie du secteur privé du film) et fonde, en 1968, la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne [SDICC]. L'équivalent québécois de cette dernière, l'Institut québécois du Cinéma [IQC], n'arrivera que bien plus tard, en 1977. La SDICC est d'abord un banquier et doit donc s'assurer un retour sur investissement. La société est évaluée par le gouvernement selon deux critères : le nombre de films produits et les profits réalisés. Cette société d'État se retrouve écartelée entre les exigences du Ministère des Finances et du Conseil du Trésor (récit économique) et le Secrétariat d'État (récit identitaire). C'est le récit économique qui semble cependant

dominer puisqu'on y encourage la production de films commerciaux, propices à l'exportation internationale.

Quant à l'IQC, cet organisme a des objectifs forts semblables à ceux de la SDICC, mais au niveau provincial. Il vise donc à encourager et stimuler l'industrie cinématographique québécoise en offrant ses services financiers aux maisons de production. Cet organisme va également imposer certains règlements en matière de doublage, de sous-titrage, de cinéma pour enfants, etc. À ses débuts, l'IQC possédait une assez grande influence sur le ministère des Communications, mais celle-ci se voit peu à peu réduite étant donné les faibles retours sur investissement obtenus et l'augmentation progressive des devis de production. La SDICC connaîtra des problèmes similaires. Même en priorisant des productions à fort potentiel commercial, l'IQC et la SDICC financent à perte la production cinématographique.

L'année suivant la création de l'IQC, en 1978, le gouvernement du Québec crée la Société de développement des industries de la culture et des communications (SODICC). Cet organisme est, comme l'IQC, une société financière de développement, mais il ne s'occupe pas du cinéma. Ses objectifs sont de maximiser la création d'emplois, de hausser les exportations, d'impliquer les institutions financières traditionnelles et d'appliquer à la culture des approches de développement économique habituellement réservées au secteur manufacturier. La tendance vers une approche économique de la culture se confirme.

La SDICC et l'IQC ont été créés pour permettre au cinéma québécois et canadien de se tailler une place sur son propre marché, qui était alors dominé à plus de 90 % par les productions américaines, tout en respectant l'économie de libre marché. Les gouvernements souhaitaient que ces organismes favorisent le lancement d'une véritable industrie cinématographique québécoise et canadienne et qu'ils cèdent ensuite leur place au secteur privé. Comme nous le savons aujourd'hui, l'investissement de l'État n'a jamais été substitué par des investissements privés.



Notons que les gouvernements ont toujours refusé de réglementer la distribution et diffusion cinématographique (secteurs majoritairement contrôlés par les Américains) malgré les pressions allant dans ce sens provenant principalement des associations de cinéastes. Pour les gouvernements, c'est par la qualité des films (passant entre autres par d'importants budgets de production), et non par la mise en place de quotas, que les films québécois et canadiens doivent se tailler une place sur le marché.

Le quota est d'emblée associé, dans l'univers interprétatif gouvernemental (et privé), à la médiocrité et à la facilité d'accès, tandis que partout ailleurs il est relié à la présence d'une diversité filmique de qualité dans l'offre faite aux spectateurs. (Poirier, 2004 p.187-188)

L'exploitation et la distribution ne sont donc pas réglementées. Les mesures gouvernementales ont ainsi favorisé une hausse des productions locales, sans pour autant assurer une visibilité efficace sur le territoire. De nombreux films ne sont jamais diffusés.

Dans les années 1980, le gouvernement fédéral conserve ses positions et justifie les difficultés du cinéma canadien par un manque de ressources pour promouvoir et commercialiser les productions sur le marché local et étranger ainsi que dans les festivals. C'est Téléfilm Canada (anciennement la SDICC) qui aura pour mandat de corriger la situation. Selon Poirier (2004), les années 1980 ont permis au « réseau formé par la SDICC/Téléfilm Canada et les principaux groupes d'intérêt (producteurs, distributeurs et exploitants) [de se] consolid[er] et stabilis[er] sur un récit de l'économie de libre marché allié à un financement public pour la production » (p.226). En 1995, malgré le rapport du *Comité d'examen des mandats - SRC, ONF et Téléfilm* privilégiant un récit identitaire, c'est-à-dire la production de films qui visent à « [...] aider les Canadiens à se comprendre en tant que citoyens canadiens » (Poirier, 2004, p.229), c'est le récit économique qui continue de dominer. Téléfilm, par exemple, encourage toujours les entreprises de production les plus performantes financièrement, particulièrement en période de compression budgétaire, et le



ministère des Finances instaure, en 1995, un crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et magnétoscopique canadienne. Suivra en 1997 le crédit d'impôt pour services de production cinématographique et magnétoscopique. Ces crédits d'impôt sont des mesures purement économiques, car ils n'effectuent aucun travail de sélection. Les productions doivent simplement répondre aux critères établis.

Ces positions se verront renforcées dans les années 2000. L'ONF, ayant peu à peu perdu son rôle dans la production de fiction (celle-ci étant plus assujettie à la production privée), subi de nombreuses compressions budgétaires alors que Téléfilm Canada obtient d'importantes hausses de budget pour répondre à la nouvelle politique fédérale en matière de long métrage (qui est en accord avec le récit économique) dont voici les trois objectifs principaux :

[...] hausser la qualité et la diversité des films en restructurant les programmes de soutien pour récompenser le rendement (les films à succès et les entreprises de production bien établies) ; hausser les budgets moyens de production ; et assurer un soutien plus efficace à la mise en marché et à la promotion. (Poirier, 2004)

Au Québec, les années 1980 et 1990 servent principalement à réorganiser les multiples organismes existant afin d'en assurer la cohésion, mais on remarque tout de même cette tendance en faveur du récit économique au grand désarroi de certains regroupements d'acteurs de l'industrie telle que l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec [ARRQ].

Le gouvernement du Québec crée, en 1983, la Société Générale du Cinéma [SGC] qui hérite du dossier de l'Aide au cinéma de l'IQC. Ce dernier voit son mandat d'organisme-conseil et de recherche renforcé et développe une forte influence auprès de la SGC (il en établit le plan d'aide et en approuve les programmes) et du Ministère des Affaires culturelles.

La même année, le Bureau de surveillance devient la Régie du cinéma, car son nom était jugé trop répressif. Celle-ci s'occupe de l'attribution de visas, tant aux films qu'aux entreprises de distribution. Elle est également l'institution qui s'attaquera aux problèmes de la distribution (au partage des recettes) et à la langue de projection (une copie en version française est dorénavant nécessaire pour l'obtention d'un visa). Les résultats seront néanmoins peu concluants.

Quelques années plus tard, en 1987, on incorpore le cinéma au sein des industries culturelles par la fusion de la SGC et de la SODICC pour former la Société Générale des Industries culturelles [SOGIC]. Ceci se fait dans un esprit de rationalisation et de regroupement des nombreuses structures gouvernementales. Cet organisme deviendra ensuite la Société de développement des entreprises culturelles [SODEC] en 1995 suite à la fusion de la SOGIC et de l'IQC et à la délégation d'autres programmes de soutien qui étaient jusqu'alors sous la responsabilité du ministère de la Culture et des Communications : disques et spectacles de variétés, édition, métiers d'art, etc.

La SODEC se présente comme « un moyen adapté aux nouvelles conjonctures (concertations, mondialisation, décentralisation, synergie télévision-cinéma) au sein duquel la profession poursuivra son rôle-conseil dans la concertation » (Poirier, 2004 p.142). Le milieu professionnel peut enfin participer à l'élaboration des politiques et des critères de performances de son organisme subventionneur. Cet organisme demeure toutefois subordonné au ministre de la Culture et des Communications, puisque celui-ci nomme les membres du conseil et fixe les grandes orientations de la Société (en collaboration, bien sûr, avec les représentants du milieu et la direction de la SODEC). La SODEC accomplit sa mission (de promouvoir et soutenir, dans toutes les régions du Québec, l'implantation et le développement des entreprises culturelles) par l'octroi de garanties, de prêts, de crédit rotatif, de capital-actions, de subventions, d'investissements et d'aide remboursable. La SODEC vise ainsi à concilier la culture et l'économie « [...] en alliant le langage entrepreneurial au développement culturel

et en misant sur la culture comme secteur de développement économique » (SODEC, 2013). Notons que la contribution de la SODEC pour l'ensemble des domaines concernés est importante, mais qu'une grande partie passe principalement par les crédits d'impôt (gérés par la SODEC pour le ministère du Revenu), mesure, comme nous l'avons dit, non sélective et servant des intérêts principalement économiques.

Ce parcours historique illustre bien le débat incessant au Canada et au Québec que provoque la confrontation entre le récit économique de libre marché (néolibéral) et le récit identitaire (interventionniste). Alors qu'initialement l'intervention étatique dans le domaine culturel était justifiée par l'unique crainte d'une acculturation liée à la domination des productions culturelles états-uniennes, les mesures plus récentes semblent plutôt favoriser l'industrialisation culturelle et être davantage motivées par des intérêts économiques. Aujourd'hui, les acteurs de l'industrie cinématographique tentent de défendre l'intervention étatique en jouant sur les deux approches. Higson (2000) résume bien cette tendance:

Such developments [of defensive strategies] have traditionally assumed that a strong national cinema can offer coherent images of the nation, sustaining the nation at an ideological level, exploring and celebrating what is understood to be the indigenous culture. Of equal importance today is the role that cinema is felt able to play in terms of promoting the nation as a tourist destination, to the benefit of the tourism and service industries. Also at the economic level, governments may legislate to protect and promote the development of the local media industries. They may encourage long-term investment (often from overseas). They may create the conditions that might generate significant export revenue. And they may seek to maintain an appropriately skilled domestic workforce in full employment. (p.69)

Par contre, l'utilisation d'arguments économiques est paradoxale, car « d'un côté on prend la défense de la culture au nom de son incidence économique, mais de l'autre on dénonce la perversion de la culture par le marché. » (Ménard, 2004 p.13) De plus, certains auteurs, dont Higson (2000), se montrent sceptiques quant à l'efficacité de l'intervention étatique dans le contexte de mondialisation actuel. Cet auteur affirme

que les mesures prises par l'État afin de développer un cinéma national fort, qui serait à l'abri des intrusions étrangères, ne peuvent qu'avoir un effet superficiel sur un problème qui relève plutôt de l'économie capitaliste mondiale.

De multiples arguments ont tout de même peu à peu vu le jour pour justifier divers types d'interventions de l'État dans le secteur culturel et on remarque assez facilement une tendance vers un récit économique de libre marché.

Grâce à ces connaissances sur l'historique de l'intervention étatique fédérale et provinciale dans le secteur cinématographique, nous serons plus aptes à comprendre le fonctionnement de l'industrie du cinéma au Québec et les discours qui l'entourent. Il s'agit d'une excellente base pour analyser l'impact de la mondialisation sur cette structure encore aujourd'hui assez fragile, car encore sujette à débat.

## 1.2 Sujet de recherche

Dans le cadre de nos recherches, nous nous intéressons à l'impact du processus de mondialisation actuel sur le paysage cinématographique québécois. Cette section est l'occasion de clarifier les différents éléments à explorer dans le cadre de notre réflexion ainsi que les éléments qui la délimitent.

La déclaration de 2001 et la convention de 2005 de l'Unesco sur la diversité culturelle sont, selon Gagné (2005), « [...] au centre d'un débat fondamental par rapport à la mondialisation. » (p.87) En effet, les craintes pour la diversité culturelle ont été exacerbées par les nouvelles règles régissant les flux commerciaux internationaux que promeut l'importante montée en popularité de la pensée néolibérale. Par l'ouverture des frontières, les cultures s'ouvrent aux autres et accèdent du même coup à leurs produits, mais aussi à leur marché. Ceci n'est cependant pas sans risques.

Constatant que les processus de mondialisation, facilités par l'évolution rapide des technologies de l'information et de la communication, s'ils

créent les conditions inédites d'une interaction renforcée entre les cultures, représentent aussi un défi pour la diversité culturelle, notamment au regard des risques de déséquilibres entre pays riches et pays pauvres [...]. (Unesco, 2005 p.2)

On craint donc que l'envahissement des produits culturels étrangers se fasse aux dépens de la culture locale. En effet, les biens culturels sont particuliers, ils permettent aux populations de s'exprimer, de promouvoir leur culture, bref, comme nous l'avons dit précédemment, ils sont « porteurs d'identité, de valeur et de sens ». Un pays n'ayant pas la possibilité de produire et de diffuser des productions culturelles à saveurs locales, voit l'ensemble de sa culture muselée. Sans ces référents culturels, il semble possible de croire qu'une acculturation est possible, celle-ci amorçant un processus d'assimilation. Cette éventualité fait donc craindre le pire, d'où la récente mobilisation pour la diversité culturelle.

Dans un tel contexte, nous voulons analyser un cas concret afin de mieux saisir la logique qui amènerait la mondialisation à réduire à ce point la diversité culturelle offerte. Le cas du Québec nous semble particulièrement pertinent puisque cette crainte liée à l'acculturation et à l'homogénéisation de l'offre culturelle (sur laquelle repose le récit identitaire) n'y est pas nouvelle étant donné l'omniprésence des productions cinématographiques anglophones et américaines sur ce territoire depuis les débuts du cinéma. Explorer ce bagage historique nous permettra de comprendre l'évolution des débats sur le rôle de la culture au sein de la société québécoise et de mieux saisir la position actuelle des différents acteurs. De plus, il s'agit d'un cas intéressant à analyser pour comprendre comment la mondialisation actuelle peut affecter la diversité de l'offre cinématographique, car malgré ce long passé, le Québec se voit aujourd'hui, au même titre que de nombreux pays, confronté aux changements provoqués par l'accélération du processus de mondialisation depuis les années 1980 : financiarisation des entreprises, formation de conglomérats mondiaux, circulation croissante de la main d'oeuvre, mise en concurrence des États, etc.



Nous avons choisi d'étudier le cas du cinéma puisqu'il nous semble particulièrement approprié étant donné l'importance de sa triple nature à la fois économique, artistique et identitaire qui génère d'importants débats sur la marchandisation et l'industrialisation culturelle, phénomènes qui se voient amplifiés par le processus de mondialisation. Précisons que nous nous intéressons au fonctionnement de l'industrie cinématographique et limitons donc notre étude à l'offre cinématographique, mettant de côté l'analyse de la demande. De plus, étant donné la structure économique particulière des courts et des moyens métrages, nous limiterons notre recherche aux éléments entourant la production, distribution et exploitation des films de long métrage. L'intervention de l'État affectant grandement ce secteur, il nous faudra nous intéresser aux politiques culturelles québécoises et canadiennes depuis les années 1980 (début de la phase de globalisation actuelle) sans pour autant nous lancer dans une approche strictement politique.

La majorité des auteurs qui se sont intéressés à l'impact de la mondialisation sur la culture offre une analyse soit globale (la circulation mondiale des flux culturels) ou locale (la manière dont les produits culturels sont reçus) de la mondialisation (Ravet et Houdu, 2002 ; Warnier, 1999), ce n'est cependant pas notre cas. Notre approche n'est ni globale ni locale, mais plutôt nationale, puisque nous nous intéressons spécifiquement à la manière dont la circulation des flux culturels affecte le cas particulier de l'industrie cinématographique québécoise. Il nous semble donc approprié d'aborder notre question de recherche à partir d'une approche socio-économique et politique qui correspond davantage à notre profil de chercheur et qui est plus adaptée à l'analyse de notre sujet de recherche.

Enfin, nous prendrons garde de ne pas précipiter de relations de causes à effets, comme il est si facile de le faire, entre la mondialisation et la diversité offerte. Il nous faudra élucider quels éléments de l'industrie cinématographique sont affectés par la mondialisation (en prenant garde de ne pas nous perdre dans ce vaste concept) et

comment ceux-ci affectent la diversité cinématographique. Nous étudierons les liens entre les différents processus à l'œuvre et procèderons avec grande prudence afin de démontrer chaque affirmation.

### 1.3 Formulation de la question spécifique

Pour faire suite aux éléments abordés précédemment, nous formulons notre question spécifique de recherche ainsi : comment le processus de mondialisation actuel, par les changements structuraux qu'il induit au sein de l'industrie cinématographique, affecte-t-il la diversité de l'offre cinématographique au Québec?

### 1.4 Hypothèse de départ

Nous croyons que le processus de mondialisation actuel, symbole de l'expansion du capitalisme, favorise une approche commerciale du cinéma. Les changements structuraux que cela provoque au sein de l'industrie cinématographique québécoise favorisent une homogénéisation progressive, mais limitée, de l'offre cinématographique.

Afin de mettre à l'épreuve notre hypothèse, nous chercherons à définir le lien entre la mondialisation et l'approche commerciale du cinéma en examinant les stratégies élaborées par les différents acteurs de l'industrie. Quelles sont les nouvelles règles du jeu? Comment s'articulent les nouveaux rapports de force?

Nous examinerons ensuite les répercussions de ces stratégies sur l'accessibilité à une diversité de films sur le territoire québécois en observant notamment comment se jouent les tensions entre la logique de différenciation et celle d'uniformisation de la production cinématographique. Notre approche est donc principalement axée sur l'évolution structurelle de l'industrie plutôt que sur la nature même de la diversité cinématographique.

### 1.5 Pertinence communicationnelle

Bien que plusieurs des éléments qui sont abordés dans le cadre de cette recherche relèvent de l'économie et de la politique, notre approche relève du champ communicationnel et, plus précisément, de l'économie culturelle.

Il s'agit d'une approche particulière de la communication utilisée par plusieurs auteurs tels que Laurent Creton, Marc Ménard, François Colbert ainsi que d'autres auteurs mentionnés dans ce travail. Ces auteurs s'intéressent à la manière dont les industries culturelles évoluent en fonction des changements en cours dans les sphères économiques, politiques et sociales. Ces écrits sont donc particulièrement appropriés pour aborder notre question de recherche.

Outre la référence à des ouvrages relevant du champ communicationnel, plusieurs éléments de notre recherche confirment la pertinence communicationnelle de notre travail, notamment notre objet de recherche : le cinéma.

En effet, le cinéma s'inscrit au sein des « médias de masse ». Cette catégorie particulière de biens, dans laquelle nous retrouvons entre autres, la radio, la télévision et les journaux, nous permet de faire deux constats sur la nature du cinéma. Premièrement, le cinéma, au même titre que les autres médias de masse, est un moyen de communication : il communique du sens (et ce sens peut varier d'une culture à l'autre). Nous sommes donc naturellement portés à analyser cet objet à l'aide d'approches relevant des communications et de l'étude des médias. Deuxièmement, il s'adresse aux masses et peut donc être décrit et lu comme étant un bien de consommation de masse. Cette caractéristique permet de le lier au phénomène d'industrialisation et rend sa position au sein des industries culturelles légitime.

C'est cette double facette du cinéma qui en fait un élément pertinent à analyser en lien avec le processus de mondialisation actuel. En tant qu'outil de communication de masse, le cinéma possède un attrait éducatif et identitaire (comme en témoigne son utilisation, à travers l'histoire, comme outil de propagande) ainsi qu'économique



(étant donné l'importance des revenus potentiels). Il devient donc particulièrement pertinent de s'y intéresser alors que les frontières s'effacent et que se pose la question de l'interculturel, du multiculturel et du transculturel ainsi que de l'international, du multinational et du mondial.

## CHAPITRE II

### CADRE THÉORIQUE

Le chapitre précédent nous a permis de mieux comprendre notre sujet de recherche et de le situer au sein du contexte politique et historique québécois. Le présent chapitre vise à établir les bases théoriques sur lesquelles repose notre analyse. Nous y expliciterons tout d'abord comment le cinéma s'inscrit au sein des industries culturelles puis nous nous attarderons aux particularités de ce type d'industrie. Enfin, nous effectuons un travail de définitions de deux concepts clés de ce mémoire : la mondialisation et la diversité culturelle.

#### 2.1 La nature complexe du cinéma

##### 2.1.1 La dichotomie art/industrie

La confrontation entre « l'acte créateur » et « la praxis économique » est un concept qui revient régulièrement dans les ouvrages consultés. Cette question est abordée entre autres par Creton (1997, 1999, 2009), Dansereau-Lavoie (2008), Ménard (2004), Poirier (2005), Raboy *et al.* (1994), Rouet (1989) et Rousselière (2004).

Creton (1997, 1999, 2009) y consacre une attention particulière. Il stipule que la réussite économique et le processus d'institutionnalisation sont des éléments fondamentaux qui ont permis au cinéma de se développer. Ceci étant dit, il affirme que cette importance de l'économie n'empêche pas le processus de réalisation de demeurer purement artistique. L'économique a longtemps été perçu comme une contrainte à l'expression artistique, mais aujourd'hui la valeur qu'on lui accorde varie

d'une entreprise à l'autre et d'un État à l'autre : « [l]a détermination des valeurs économiques repose sur des choix sociaux et sur l'adhésion à des conventions » (Creton, 2009 p.26) précise cet auteur. Les entreprises décident donc selon leurs intérêts et leurs valeurs l'importance accordée à la dimension artistique ou industrielle de leurs productions (Rousselière, 2004).

Le cinéma est ainsi marqué par une dichotomie entre les caractéristiques qui en font un art (le rôle du créateur) et les caractéristiques qui en font une industrie (le rôle de la technologie, de la reproduction de masse, de la diffusion, etc.). C'est ce qui amène Frodon (1998) à qualifier le cinéma d'impur et à critiquer la célèbre phrase de Malraux, qui défendait le cinéma comme art, mais ajoutait par la suite le célèbre « par ailleurs, le cinéma est une industrie ». Phrase à laquelle l'auteur réplique que « [t]out l'intérêt de la chose est que ce ne soit justement pas "par ailleurs", le cinéma occupant le point d'équilibre entre art et industrie – point d'équilibre lui-même lié à un certain état de développement des rapports sociaux, à leur tour dépendants notamment de l'évolution des techniques. » (Frodon, 1998 p.304) Le cinéma est donc à la fois art et industrie selon cet auteur, bien que le point d'équilibre est difficile à déterminer et demeure fragile. Ceci donne lieu à deux approches possibles de la production cinématographique : l'approche commerciale et l'approche culturelle. Alors que la première fait primer l'économique sur le culturel, la seconde tente d'allier les deux, à condition que les motivations économiques ne menacent pas les cultures et qu'on tienne compte de l'impact potentiel de la libéralisation des échanges commerciaux sur celle-ci. (Gagné, 2005).

Les craintes liées à l'homogénéisation de l'offre cinématographique sont fondées sur la croissance en popularité de l'approche commerciale qui accentue la dichotomie art/industrie. Ménard (2004) souligne d'ailleurs que « [...] le travail s'organise de plus en plus sur le mode capitaliste d'une double séparation entre le producteur et son produit, entre les tâches de création et d'exécution. » (p.61)

### 2.1.2 La particularité des produits culturels industrialisés

Selon Ménard (2004), les biens culturels produits industriellement doivent être distingués des biens économiques standards, car ils possèdent de nombreuses caractéristiques particulières qui ont « [...] des répercussions importantes en ce qui concerne leur fonctionnement et leur performance économique, leur développement et le rôle que peut et doit jouer l'État dans ce développement. » (p.11) Nous explorerons ces caractéristiques propres aux produits culturels.

Tout d'abord, une des raisons principales expliquant l'intervention étatique dans le domaine culturel est le caractère symbolique de ce type de biens. Le cinéma est perçu, au même titre que l'ensemble des biens culturels, comme étant porteur « d'identité, de valeur et de sens » selon l'Unesco (2005 p.2). Peu importe que la priorité donnée lors de la production d'un bien culturel soit économique ou artistique, celui-ci demeure un bien qui, par son système symbolique, diffuse et produit du sens. C'est généralement ce caractère symbolique qui est source d'utilité pour les consommateurs de biens culturels et qui influence leur propension à payer. Cette valeur particulière est ce qui permet au cinéma d'être classé, au même titre que tous les biens culturels, au sein des biens culturels défendus par la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* (Unesco, 2005). (Ménard, 2004, 2008)

De plus, un bien culturel pouvant être décrit comme étant un « [...] produit de la créativité humaine, une idée ou un assemblage d'idées, un bien intangible fixé sur un support physique » (Ménard, 2004 p.33), il fait partie de la catégorie des biens d'information. Le secteur culturel est effectivement un très grand producteur de contenus et ceux-ci (initialement intangibles, car du ressort des idées) sont diffusés de manière massive grâce à l'expansion des technologies de l'information et de la communication qui agissent comme support physique.

Cette diffusion du savoir par les productions culturelles génère des externalités positives, c'est-à-dire que « [...] l'action d'un agent modifie le bien-être d'au moins un autre agent, en dehors du processus d'échange sur le marché, donc sans donner lieu à une compensation monétaire » (Ménard, 2008 p.54). Un film produit, par exemple, des externalités positives en servant de référence culturelle, de repère, pour une société donnée. Il contribue au bien-être de la société, dépassant ainsi sa valeur purement marchande. Notons également que le produit culturel n'a d'autre finalité que lui-même, l'acte de création procurant à lui seul une satisfaction à son auteur (Caves, 2000 ; Kretschmer, Klimis et Choi, 1999 ; Ménard, 2004).

D'autre part, comme tout bien informationnel, c'est-à-dire comme tout bien producteur de savoir, la production culturelle, notamment la production cinématographique, se caractérise par des coûts unitaires décroissants (Frank et Cook, 1995 ; Kretschmer, Klimis et Choi, 1999 ; Ménard, 2004 ; Rouet, 1989 ; Shapiro et Varian, 1999). Le coût initial (ou coût fixe de production) est très élevé, mais le coût de reproduction, ne dépendant que du coût du support sur lequel il est mis et vendu, est extrêmement faible. Ainsi, la production d'un film est très dispendieuse, mais en exerçant un monopole temporaire, c'est-à-dire en vendant le produit culturel sur un support physique tel que le DVD, il peut être vendu indéfiniment à faible coût. C'est ce qui permet à Shapiro et Varian (1999) d'affirmer que « [l']information coûte cher à produire, mais pas à reproduire » et qu'« [...] il n'y a pas de limites naturelles à la production de copies supplémentaires d'un bien d'information » (p.27). Les produits culturels se caractérisent donc par des rendements croissants : plus il y a de copies vendues, moins le coût moyen par copie est élevé. Le rendement de l'investissement initial augmente à chaque copie supplémentaire vendue.

Étant donné cette particularité des biens culturels, le prix de vente ne peut être fixé selon le prix de production unitaire (qui serait beaucoup trop faible par rapport au coût initial). Il faut plutôt se fier à la valeur qui lui est attribuée par les



consommateurs, à sa valeur utilitaire (Ménard, 2004). Cette valeur dépasse la valeur de la consommation du film à proprement dit et peut comprendre, par exemple, le capital social que son visionnement procure au consommateur. Ainsi, comme l'affirme Bomsel (2006), « [l]'utilité est la valeur qu'un consommateur dérive d'un bien [...] » (p.4) et elle peut varier d'un consommateur à l'autre, selon ses préférences individuelles.

Cette particularité du prix de vente du bien culturel, jumelé aux rendements croissants, incite les entrepreneurs culturels à vouloir maximiser leurs revenus en procédant, par exemple, à une discrimination des prix ou en offrant de multiples versions du même produit (en salle, sur DVD, à la télévision, etc.) afin de rejoindre différents types de public et de maximiser leurs revenus sur chaque segment de marché (Bomsel, 2006 ; Caves, 2000 ; Ménard, 2004). Ceci favorise une approche par marché de masse, puisque « [l]es seules limites à la croissance des ventes et à l'explosion des profits en cas de réussite sont la taille du marché sur lequel le bien culturel parvient à obtenir du succès » (Ménard, 2008 p.58). Plus le marché potentiel est large, plus la production sera potentiellement rentable. Notons cependant qu'un marché large n'est pas une garantie de succès et que la demande pour les biens culturels est totalement imprévisible.

En effet, les biens culturels sont des biens d'expérience (Bomsel, 2006 ; Caves, 2000 ; Ménard, 2004, 2008). Le visionnement du film (sa consommation), par exemple, est nécessaire pour en connaître la valeur d'usage. Du coup, il n'est pas possible de prévoir la demande pour un produit culturel (Caves, 2000 ; Ménard, 2004 ; Tremblay, 1990), ni de connaître précisément les raisons de leur succès ou de leur échec (Caves, 2000 ; Kretschmer, Klimis et Choi, 1999). Les producteurs ne peuvent pas savoir d'avance si le produit culturel aura du succès et les consommateurs ne peuvent pas savoir d'avance si le produit leur plaira. C'est ce que Caves (2000) appelle l'*ignorance symétrique* (« symmetrical ignorance ») en



opposition à l'*asymétrie d'information* présente sur les marchés traditionnels. Cette particularité est due à son caractère prototypique : les biens culturels étant uniques, chaque production est un prototype. Ceci résulte, tel que l'affirme Ménard (2008), en une *concurrence monopolistique*. Les biens culturels sont difficilement substituables les uns aux autres et la mise en marché de ces biens sera adaptée au marché spécifique visé. Cependant, ce caractère prototypique est discutable puisque certains entrepreneurs, afin de réduire les risques, produisent des biens semblables à ceux ayant connu préalablement un succès. « Plutôt que d'une unicité absolue, il s'agit donc d'une tension constante entre une tendance créatrice à l'individualisation et une tendance industrielle à la standardisation. Ou, si on préfère, on peut parler d'une dialectique de la différenciation et de l'uniformisation (Herscovici, 1994). » (Ménard, 2008 p.61)

Néanmoins, peu importe le film, la valeur d'usage anticipée par les consommateurs potentiels peut varier dans le temps ainsi que d'un consommateur à l'autre. Afin de réduire cette incertitude et de susciter un désir d'expérience, les entreprises culturelles tentent d'aider les consommateurs à anticiper la valeur du bien culturel en fournissant plusieurs indices, notamment par l'usage de vedettes et d'outils de promotion (bande-annonce, critiques, entrevues). La promotion, bien qu'extrêmement dispendieuse, est très importante pour favoriser un succès (Frank et Cook, 1995). En effet, il est nécessaire de réaliser un important *box-office* rapidement pour bénéficier des *effets de réseau* (Bomsel, 2006 ; Frank et Cook, 1995). Ces *effets de réseaux* permettent alors, « [...] une fois atteinte une masse critique de consommateurs, de faire en sorte que plus un bien est consommé, plus il est utile à ceux qui le consomment, et donc plus il est demandé » (Bomsel, 2006 p.12).

Ces mécanismes favorisent les produits connus, encourageant la création de *best-sellers* qui réduisent la demande pour les autres produits (qui sont beaucoup plus

nombreux). Ce marché, où « le gagnant rafle tout »<sup>3</sup> et où, comme nous l'avons vu avec les *effets de réseau*, le « succès engendre le succès », génère une grande concurrence pour atteindre une masse critique de consommateurs le plus rapidement possible et rend la production cinématographique extrêmement risquée (Frank et Cook, 1995 ; Tremblay, 1990). Ceci provoque une pression inflationniste sur les budgets de production et de promotion des produits culturels, car en y investissant davantage, les entrepreneurs espèrent convaincre les consommateurs potentiels de l'utilité supplémentaire qu'ils tireront de la consommation de leur produit plutôt que d'un autre. De plus, cet important investissement initial est irrécupérable si le produit n'obtient pas de résultats favorables. La demande étant, comme nous l'avons dit, imprévisible, l'investissement en culture est doublement risqué.

Les entrepreneurs ont élaboré diverses méthodes afin de partager ce risque. En effet, afin de transférer une certaine part du risque financier de la production à la main d'œuvre, les entrepreneurs culturels ont généralement recours à deux formes de rémunération. La première consiste en un taux fixe, à l'heure ou sous forme de forfait, et la seconde consiste en des redevances, c'est-à-dire à un montant variable qui dépendra du succès (des ventes, des reproductions, de l'exploitation) des œuvres.

Par ailleurs, afin d'être en mesure de s'adapter aux tendances du marché et de mieux contrôler le processus de création, les industries culturelles nécessitent un important bassin de main d'œuvre artistique (artistes, auteurs, interprètes, etc.) et technique (éclairagistes, preneurs de son, caméramans, etc.) (Ménard, 2004). Ce grand bassin de créateurs génère un constant renouvellement de l'offre cinématographique et, dans un monde idéal, une grande diversité de l'offre cinématographique. Cependant, le constant renouvellement de l'offre rend les films rapidement obsolètes étant donné la limite de films pouvant être diffusés en même temps sur un même marché (Caves,

---

<sup>3</sup> Frank et Cook (1995) qualifient de « Winner-take-all markets » les marchés dont la valeur de ce qui est produit dépend des efforts d'un faible nombre de très grands joueurs qui gagnent beaucoup plus que leur véritable valeur.

2000 ; Ménard, 2004). Il est donc nécessaire de maximiser les revenus sur une très courte période de temps. Tout comme pour les rendements croissants, cette caractéristique des biens culturels incite les entrepreneurs à surinvestir dans la production et la promotion du produit culturel et induit une logique de marché où « le gagnant rafle tout ».

Cette étude des caractéristiques particulières de certains produits culturels nous permet de comprendre comment ceux-ci, par leur nature même, à la fois économique et artistique, sont devenus peu à peu des activités industrielles. Ce processus d'industrialisation du cinéma était depuis longtemps entamé, mais la mondialisation en force l'accélération par l'ouverture des marchés à la concurrence mondiale et le développement rapide des technologies servant de supports aux produits cinématographiques. Nous devons donc approcher notre problématique en tenant compte de cette réalité.

## 2.2 Concepts clés

### 2.2.1 Mondialisation

Élément central de notre objet de recherche, il nous paraît essentiel de définir le concept de mondialisation. Ceci nous permettra de clarifier les raisons qui nous poussent à croire que ce phénomène modifie l'industrie cinématographique québécoise et affecte ainsi la diversité cinématographique. Cependant, ce concept étant extrêmement vaste et regroupant de nombreux phénomènes économiques, politiques, sociaux et autres, nous nous limiterons aux informations pertinentes à notre sujet de mémoire, c'est-à-dire en regard de la communication, de la culture et du rôle de l'État. Nous commencerons ainsi par examiner l'évolution du phénomène de mondialisation, pour ensuite mieux le définir dans sa phase actuelle. Par la suite, nous explorerons comment le concept de mondialisation remet en cause l'ordre économique mondial et le concept d'États-nations. Enfin, nous dégagerons les conséquences potentielles de la mondialisation sur les échanges culturels. C'est par

cette compréhension approfondie de la mondialisation que nous serons en mesure de présenter une analyse pertinente de notre question de recherche.

#### 2.2.1.1 La mondialisation comme processus

La « mondialisation » à l'opposé de la « mondialité », est un processus et non un état (Kébabdjian, 1999 ; Laroche, 2003 ; Piel, 1999). Elle est donc appelée à se transformer au fil du temps. De plus, selon Michalet (2004), la dynamique économique qu'implique la mondialisation est irréversible et intimement liée au capitalisme.

L'origine de la mondialisation est difficile à identifier, car cette dernière est formée de multiples aspects qui sont fréquemment réarticulés (Margolin, 1999). Certains auteurs, tels que Beaud (1999a), remontent très loin dans le temps. Celui-ci identifie en effet une période d'« archéo-mondialisation » (moins 7 millions d'années avant notre ère) qui s'est transformée en « proto-mondialisation » (cinq derniers siècles), pour finalement former la mondialisation actuelle. Sans nous aventurer aussi loin, nous nous intéressons particulièrement à la phase de mondialisation actuelle, appelée par certains la « globalisation ». Pour mieux la comprendre, la classification des phases de la mondialisation en trois types idéaux offerte par Michalet (2004) nous semble particulièrement utile. Selon ce dernier, nous pourrions qualifier la mondialisation actuelle, qui aurait débuté dans les années 1980, de « configuration globale » (d'où le terme « globalisation »). Celle-ci aurait été précédée d'une « configuration multi-nationale » et, avant cela, d'une « configuration internationale ». Alors que les deux anciennes configurations impliquent des rapports « physique » entre une ou plusieurs nations (échanges de biens et services, puis mobilité de la production), la configuration actuelle est davantage immatérielle, car elle se caractérise par la prédominance de la dimension financière (la circulation de capitaux selon leur logique propre). Selon Kébabdjian (1999), « [l]e processus au cœur de la mondialisation n'est pas le phénomène d'ouverture des économies



nationales, mais le phénomène de décomposition partielle de l'espace de régulation national » (p.55). Ainsi, sans pour autant être totalement désuètes, les régulations inter-nations de l'économie développées lors des phases précédentes sont difficilement applicables aux nouvelles réalités. Pour mieux en comprendre les raisons, il est pertinent d'examiner en quoi consistent ces nouvelles réalités.

Pour Beaud (1999a), il existe trois aspects de la mondialisation. Premièrement, la mondialisation correspond à l'*accession à la dimension mondiale d'une réalité* (par exemple la mondialisation de la consommation du Coca-Cola). Deuxièmement, elle se caractérise par la *multiplication et intensification d'interdépendances à un niveau mondial* (facilités par le développement des transports et des communications). Finalement, elle forme un *mouvement organique englobant* (possédant un lien très fort avec le capitalisme).

De manière plus concrète et plus axée sur la dimension financière, mais cohérente avec les trois aspects de la mondialisation repérés par Beaud, deux auteurs, Kébabdjian (1999) et Laroche (2003), identifient quelques phénomènes liés à la mondialisation. Ils mentionnent le développement des échanges commerciaux et l'ouverture croissante des économies nationales, le développement des investissements directs étrangers, la globalisation financière et l'augmentation des mouvements internationaux des capitaux financiers, l'internationalisation des entreprises (tant en termes de marchés, de production, de conception de stratégies ou de produits), l'extension de la concurrence à l'international et, finalement, l'affirmation de la concurrence des pays émergents.

En lien avec la montée de l'idéologie néolibérale dans les années 1980, la libéralisation des échanges et l'intégration des économies nationales font partie intégrante du processus de globalisation (Laroche, 2003). C'est au nom de ce libéralisme que de nombreux acteurs, surtout aux États-Unis, contestent la légitimité de l'intervention de l'État (Michalet, 2004 ; Théoret, 2008a).

Ces définitions sont fort intéressantes et nous permettent de comprendre, en termes économiques, en quoi consiste la mondialisation. Il faut cependant se montrer prudent, car bien que l'aspect financier en soit un élément central, la mondialisation implique de nombreux changements dans d'autres sphères que la sphère économique. C'est ce que souligne Margolin (1999) en affirmant qu'il ne faut pas oublier, ni sous-estimer, ce qui peut rendre la mondialisation irréversible :

[...] la transformation de l'information, de la culture, et à travers elles des mentalités; l'alignement tendanciel des modes de gestion, des *habitus* politiques, des normes de toutes sortes; bref tant ce qui relève de la micro-économie que ce qui touche à la "société mondiale" (Jacques Lévy) en formation. (Margolin, 1999 p.136)

La mondialisation touche ainsi tout le monde, dans chaque sphère de sa vie. Elle concerne « [...] toutes les dimensions de la vie et de la reproduction des sociétés et de l'Humanité [...] » (Beaud, 1999a p.11). Ainsi, tel que le précise Warnier (1999), la mondialisation transforme également les industries de la culture, tant en ce qui concerne leur économie que leur contenu. Ceci explique en partie les récents changements au sein de l'industrie cinématographique québécoise, dont nous avons donné un portrait statistique au chapitre I, ainsi que les craintes liées à un processus éventuel d'acculturation.

#### 2.2.1.2 Un équilibre impossible

La mondialisation n'est pas uniforme (Michalet, 2004 ; Milani, 1999), car elle ne touche pas en même temps toute la planète. Elle n'est pas non plus homogène (Milani, 1999), car elle ne touche pas de la même manière chaque population. Elle implique d'importants rapports de force au niveau planétaire qui influencent le sens de son développement. Selon Beaud (1999b), il serait faux d'affirmer que la mondialisation puisse être solidaire et harmonieuse. Il soutient plutôt que la mondialisation actuelle favorise principalement les grands pouvoirs et grandes richesses de ce monde et est impulsée par les pays de la Triade capitaliste (Amérique



du Nord, Europe occidentale et Asie-Pacifique) alors qu'elle affecte (positivement ou négativement), par chacune de ses dimensions, l'ensemble des populations.

En ce qui concerne la culture, objet de notre recherche, Warnier (1999) soutient qu'il n'y a pas une répartition équitable des biens culturels à l'échelle mondiale : « Ce qui frappe l'observateur, c'est l'extrême inégalité entre pays, et entre catégories sociales à l'intérieur d'un même pays, devant les flux mondiaux de la culture industrialisée » (p.60). Dans un tel contexte, il semble justifié, selon cet auteur, de craindre pour la diversité des cultures, d'où l'importance de l'intervention politique afin de permettre à chaque pays de produire sa propre culture et de la faire perdurer.

Les préoccupations politiques liées à l'industrialisation de la culture et à l'hégémonie culturelle se voient donc amplifiées par le processus de mondialisation actuel. Il reste cependant à déterminer quels sont les pouvoirs réels de l'État si nous considérons, comme nous l'avons déjà mentionné, que la globalisation se situe à un niveau supranational.

#### 2.2.1.3 Vers un effritement de l'État-Nation

Nous avons précédemment mentionné que la libéralisation des échanges était une des caractéristiques de la mondialisation actuelle. Pour certains auteurs, elle en est même un élément central. Ceci nous incite à considérer l'État comme acteur important du processus en cours.

Selon Michalet (2004) et Théorêt (2008a), le mouvement de dérèglementation provoqué par la montée de l'idéologie néolibérale est au cœur du processus de globalisation, ce type d'accords multilatéraux ou bilatéraux favorisant l'effacement progressif de l'État comme régulateur des échanges économiques.

Michalet (2004) affirme que « [l]a configuration globale semble achever la déconstruction du concept d'État-nation qui avait été ébauché par la configuration

multi-nationale. Elle réduit à leur plus simple expression les deux volets de sa cohérence : l'autorité de l'État et la consistance du territoire national sur lequel elle est supposée s'exercer » (p.28-29). C'est ainsi que cet auteur en vient à conclure que la révolution néolibérale, qui accélère le processus de mondialisation, marque « [...] la suprématie de l'économie sur le politique » (p.170). La nouvelle réalité financière mondiale devient donc en partie indépendante des États, malgré qu'ils soient les initiateurs des nombreux traités qui l'on fait évoluer ainsi.

Siroën (2006) va également dans ce sens. Il affirme que « [d]ans un monde parfaitement globalisé, où les différents marchés seraient parfaitement intégrés, il n'y aurait plus de nations » (p.300), mais il affirme également que, pour l'instant, l'État-nation ne peut disparaître puisqu'il n'existe pas de substituts à certaines de ses fonctions, notamment la sécurité intérieure. Ravet (2002) ajoute que le rôle de l'État pourrait passer d'une action de gouvernement à une action de gouvernance. L'État devient alors médiateur, exerçant des fonctions d'encadrement. Finalement, selon Michalet (2004), la configuration globale oblige les États à se mettre en concurrence afin d'attirer les investisseurs sur leur territoire, ils entrent donc dans la logique du marché.

Ainsi, selon ces auteurs, la mondialisation oblige les États à revoir leur rôle et, dans la logique du libre marché inhérente aux nouveaux accords, à remettre en cause l'intervention publique. C'est ainsi que la recherche de profit et l'économie de marché s'impose peu à peu dans le monde entier (Hugon, 1999), mettant du même coup en péril le soutien aux arts et à la culture.

#### 2.2.1.4 Des répercussions à l'échelle mondiale

Le processus de mondialisation dans lequel nous évoluons depuis les années 1980 pourrait avoir comme conséquence une homogénéisation de l'offre culturelle. Cette homogénéisation passerait, entre autres, par la concentration de l'offre dans les mains d'un petit nombre de firmes. En effet, Michalet (2004) démontre que, dans la majorité

des secteurs (culturels, ou non) un petit nombre de groupes contrôle de 50 % à 90 % de la production mondiale. Une telle concentration du pouvoir au sein de ces conglomérats, affirme-t-il, laisse peu de place à la fameuse main invisible et au libre fonctionnement de l'offre et de la demande. Cette situation oligopolistique favorise plutôt une approche fondée sur la théorie des jeux.

Enfin, ce sont donc les grandes firmes oligopolistiques qui gèrent les marchés dans chaque secteur d'activité. Ce sont elles qui assurent la régulation réelle de la configuration globale. En conséquence, elles vont déterminer les prix des biens et des services, dont les profits. La réduction des coûts unitaires à travers le jeu des économies d'échelle dépend de la taille du marché. Augmenter sa part du marché mondial, par l'innovation, l'élimination des concurrents, le pouvoir de négociation avec les autres agents privés ou publics constitue l'alpha et l'oméga de la stratégie des firmes. (Michalet, 2004 p.135)

On développe donc, comme le dit Musso (2003) en parlant de l'industrie de la communication, une *financiarisation unificatrice* tant en termes de gestion que de recherche de valeurs. Cette financiarisation, élément important de notre analyse (nous y reviendrons), est grandement fondée sur le modèle américain, dont l'efficacité du modèle provoque un effet de mimétisme (Dollfus, Grataloup et Lévy, 1999). C'est ainsi que Musso (2003) en vient à remarquer une « tendance universelle à l'américanisme » (p.103) dans le secteur des communications. Cette tendance se manifeste tant par les contenus que par les régulations et elle renforce l'hégémonie américaine dans le contexte actuel de mondialisation. Cette hégémonie américaine est ouvertement critiquée et soulève de grandes questions : « Comment faire pour que la mondialisation ou le tant annoncé Village Global ne coïncide avec l'américanisation? » se demande Bougnoux (1995 p.110). On craint que la standardisation des produits culturels et de toute la structure qui l'entoure uniformise les cultures pour former petit à petit une culture globale. Selon Ravet et Houdu (2002), on ne peut contester les répercussions de la mondialisation culturelle :

Si les biens culturels ne suffisent pas à définir une culture, on ne peut contester l'impact de l'échange de ces biens culturels et, plus précisément, de la diffusion des biens d'origine occidentale, dans le sillage d'abord des colonisations, puis demeurant comme marque inaltérable, sur la transformation des cultures traditionnelles. (Ravet et Houdu, 2002 p.67)

Cependant, d'autres auteurs sont plus optimistes et croient qu'une homogénéisation culturelle est impossible. Warnier (1999) défend ainsi l'idée que l'humanité est créatrice de différences et qu'il est ainsi impossible de converger vers un modèle culturel unique malgré les pressions allant de ce sens. Selon cet auteur, la menace que représente la mondialisation pour les cultures singulières occasionne deux réactions simultanées au sein d'un groupe qui se sent en danger : il identifie des conduites identificatrices qui l'oppose aux autres groupes et il se montre extrêmement conformiste à l'intérieur. Ainsi, chaque groupe reçoit le produit culturel selon ses propres présupposés de manière à défendre son identité.

La mondialisation actuelle soulève donc de multiples questionnements sur la menace qu'elle représente ou non pour la diversité des cultures.

Pour résumer, la montée de l'idéologie néolibérale occasionne une accélération du processus de mondialisation qui se manifeste aujourd'hui, entre autres, par un élargissement des processus d'ouverture des économies nationales, d'interdépendance globale et de financiarisation des entreprises. Ceci provoque un effacement progressif des frontières et remet en question le rôle de l'État dans la sphère économique. Ces caractéristiques du processus de globalisation donnent une grande part du contrôle à un petit nombre de grands pouvoirs et de grands groupes dont plusieurs sont américains. Dans le milieu culturel, on craint que cette hégémonie des produits culturels américains ne provoque une uniformisation des modes de gestions et des contenus culturels, convergeant ainsi les cultures vers un modèle unique. L'économie de marché et la recherche du profit, fondements de la globalisation, sont ainsi perçues comme représentant une menace grandissante pour la diversité culturelle.



### 2.2.2 Diversité culturelle

L'adoption en 2001 de la *Déclaration universelle sur la diversité culturelle* (Unesco, 2002) et, en 2005, de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* (Unesco, 2005) témoigne de la récente croissance en popularité de l'expression *diversité culturelle* dans les discussions et négociations portant sur la culture. Il nous semble donc pertinent de comprendre ce qui explique l'importance accordée à cette expression, d'autant plus que la diversité cinématographique, dont il est question dans ce mémoire, est une importante composante de la diversité culturelle. Nous explorerons ici le contexte qui est à l'origine de ce concept et en présenterons quelques définitions.

De manière générale, la majorité des auteurs lient la croissance du nombre de débats portant sur la diversité culturelle à l'accélération du processus de mondialisation et à ses différentes manifestations. En effet, tel que l'affirment Mondoux et Lacroix (2008), « [l]a dynamique de mondialisation confère aux cultures le statut de "culture locale", soulevant ainsi la cruciale question de leur intégration dans un même "système" désormais explicitement global et totalisant. » (p.76) Ainsi, le nouveau système global suscite à la fois la crainte d'une homogénéisation culturelle, affectant la pérennité réelle des multiples cultures locales qui composent l'Humanité (acculturation), et un désir de multiplier les échanges culturels internationaux. La problématique de la diversité culturelle est donc profondément ancrée dans le cadre de la mondialisation (Char, 2008 ; Mondjanagni, 2004 ; Mondoux et Lacroix, 2008 ; Unesco, 2005 ; Wicht, 2004).

Généralement, la diversité culturelle est décrite d'un côté comme un outil politique et de l'autre, comme un concept se rapprochant de la biodiversité, mais appliqué à la culture. Nous explorons ces deux pistes.

Tout d'abord, la diversité culturelle est parfois définie comme « politique internationale » puisque ce concept est directement associé à la *Convention pour la*

*protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'Unesco (2005). À la lecture de cette convention, nous constatons que ce concept est considéré à la fois comme une problématique qui émerge du processus de libéralisation des échanges et un outil pour contrer les effets néfastes de la mondialisation (bien que celle-ci ne soit pas entièrement mauvaise selon cette même convention). Ainsi, Mondjanagni (2004) décrit la diversité culturelle comme étant « [...] l'expression positive d'un objectif général à atteindre : la mise en valeur et la protection des cultures du monde face au danger de l'uniformisation » (p.99) et Benhamou (2010) affirme que la diversité « [...] inclut non seulement un programme de politique culturelle, mais encore des mesures économiques, centrées sur la protection et le soutien à la production. Elle vise à mettre les interventions publiques à l'abri des éventuelles accusations de concurrence déloyale » (p.3). Enfin, pour Mondoux et Lacroix (2008) la diversité culturelle, telle que présentée par ses promoteurs, est :

[...] une politique internationale nécessaire pour bloquer la mise en péril des cultures spécifiques non dominantes dans la dynamique de la mondialisation. Plus spécifiquement, elle est présentée comme une solution pour contrer les effets négatifs (homogénéisation et nivellement des spécificités culturelles) de la libération généralisée des échanges commerciaux désormais applicables au champ de la culture, pavant ainsi la voie à une véritable démocratie internationale. (Mondoux et Lacroix, 2008 p.75)

Ainsi défini, le concept de diversité culturelle représente une heureuse alternative au concept d'exception culturelle, ce dernier étant jugé trop restrictif (Wicht, 2004) et protectionniste (Gagné, 2005 ; Wicht, 2004). Notons que l'exception culturelle et l'exemption culturelle ont été des moyens pour permettre respectivement à la France et au Canada d'exclure les biens culturels des ententes internationales de libre-échange. Peu rassembleuses, ces notions tendaient à réduire la culture à sa seule dimension commerciale, ce qui ne répondait pas à l'ensemble des impératifs des politiques culturelles. Ainsi, la notion de diversité culturelle constitue une



réorientation stratégique qui sert des objectifs plus larges et qui est difficilement contestable même par les pouvoirs prônant la libéralisation culturelle. (Gagné, 2005)

La protection et la promotion de la diversité culturelle telle que définie par l'Unesco est effectivement difficilement contestable. Voici la définition fournie par cette institution :

*Diversité culturelle* renvoie à la multiplicité des formes par lesquelles les cultures des groupes et des sociétés trouvent leur expression. Ces expressions se transmettent au sein des groupes et des sociétés et entre eux.

La diversité culturelle se manifeste non seulement dans les formes variées à travers lesquelles le patrimoine culturel de l'humanité est exprimé, enrichi et transmis grâce à la variété des expressions culturelles, mais aussi à travers divers modes de création artistique, de production, de diffusion, de distribution et de jouissance des expressions culturelles, quels que soient les moyens et les technologies utilisées. (Unesco, 2005)

Bien qu'elle représente un argument légitime pour la protection de la diversité culturelle, cette définition demeure assez floue (Benhamou *et al.*, 2012 ; Laplante, 2008), ce qui peut induire en erreur. Par exemple, Flores (2005) indique qu'il faut prendre garde de ne pas confondre la préservation d'une diversité avec la préservation d'une pluralité ou d'une exception, car les arguments économiques ne sont pas applicables de la même manière à chacun. La définition offerte par Zouari (2004) cherche à clarifier les nuances que comporte le concept de diversité culturelle. Sa définition est la suivante :

La diversité culturelle est d'abord l'affirmation des identités culturelles spécifiques. Elle n'est pas un recensement des cultures sous l'angle de la production et de l'économie de marché, ni la simple revendication d'un droit à la différence pour chacune d'entre elles, mais la tentative de rendre visibles les cultures, de défendre leurs cachets propres contre toute tentative de standardisation, de veiller enfin à l'équilibre de leur représentation. (Zouari, 2004 p.313)

Pour l'auteure, la diversité culturelle implique une ouverture aux autres cultures fondées sur une conviction d'égalité. Elle exige le dialogue et le partage. L'auteure précise également que « [...] l'idée de diversité culturelle ne signifie pas une guerre livrée au système capitaliste et aux impératifs économiques; plutôt l'initiative de jouer un rôle plus important dans la transmission de nouvelles valeurs sociales et culturelles, d'imposer une politique de régulation dans les secteurs culturels. » (p.314)

L'utilisation de ce nouveau concept vise donc à contrer les effets de massification de la production et la concentration des entreprises d'exploitation, afin de réduire la concentration de la demande sur un nombre trop restreint d'œuvres (Rousselière, 2004), à protéger les biens culturels de la standardisation qu'entraînent la consommation de masse et les économies d'échelle (Mondjanagni, 2004) et à préserver le pouvoir d'intervention de l'État dans le domaine culturel (Benhamou, 2010 ; Wicht, 2004). Elle sert comme alternative à la domination d'une culture globale sur le local ou, du moins, comme alternative à la hiérarchisation des cultures (Wicht, 2004).

Bien que ces définitions soient intéressantes et qu'elles permettent de comprendre les conditions d'émergence du terme *diversité culturelle*, elles demeurent peu précises et s'attardent davantage à l'impact potentiel du concept de diversité culturelle qu'à sa véritable définition. Ainsi, avant de pouvoir appliquer ce concept à notre étude, il est nécessaire de nous éloigner des définitions strictement politiques du terme et de nous intéresser à son aspect plus « biologique ».

Nous avons vu, en effet, comment la diversité culturelle peut être considérée comme étant un projet politique, social et philosophique, mais nous ne comprenons toujours pas en quoi consiste concrètement celle-ci. Un des moyens de le comprendre est de repérer les outils nécessaires pour la mesurer. Il faut donc identifier les éléments à prendre en compte pour évaluer la croissance ou décroissance du taux de diversité

culturelle. Mais avant cela, il nous faut préciser quel type de diversité nous intéresse dans le cadre de ce mémoire, car celle-ci peut désigner deux réalités bien différentes.

En effet, la diversité culturelle désigne parfois l'équilibre à l'échelle mondiale de la représentation des multiples cultures par la diffusion des produits culturels et, parfois, l'équilibre des différentes cultures au sein d'une même communauté ou nation. En d'autres mots, la diversité culturelle est parfois « [...] synonyme de diversité de *l'offre créatrice* (biens et services culturels), alors qu'en d'autres moments elle englobe une réalité sociale et anthropologique beaucoup plus vaste » (Dansereau-Lavoie, 2008 p.259). Elle peut être *ad extra*, c'est-à-dire qu'elle s'inscrit dans un contexte international, ou *ad intra*, concernant plutôt l'inclusion sociale des diversités culturelles (Rico de Sotelo, 2008). Dans le cadre de ce mémoire, nous nous intéressons uniquement à la conception plus industrielle qu'anthropologique du terme, soit ce que la première auteure appelle la diversité de *l'offre créatrice* et la seconde, la diversité *ad extra*.

S'intéressant au même aspect de la diversité culturelle que nous, Benhamou (2010) propose un modèle qui s'inspire des écrits de Stirling sur les écosystèmes afin de mesurer le niveau de diversité culturelle. Elle a ensuite approfondi ce modèle en collaboration avec plusieurs auteurs (Benhamou *et al.*, 2012). Selon la théorie de Stirling, la diversité peut être mesurée à l'aide de trois variables : la variété, la disparité et l'équilibre.

La variété augmente en fonction du nombre de produits différents ou du nombre de catégories différentes. Dans le cas du cinéma, la diversité augmente alors proportionnellement au nombre total de films offerts, au nombre de pays d'origine des films ou même au nombre de langues dans lesquelles les films sont présentés.

La disparité décrit le degré de standardisation des produits. Plus les produits sont disparates, plus il y a un niveau de diversité élevé. Il s'agit, de manière générale, du

degré de ce qui différencie les films les uns des autres. Par exemple, même si les films diffusés dans un pays quelconque proviennent de multiples pays différents, si tous les films sont des films d'art martial, il y a très peu de disparité et donc, très peu de diversité.

Finalement, l'équilibre (ou répartition) mesure la fréquence relative des produits, c'est-à-dire la quantité de produits dans chaque catégorie. Ainsi, on pourrait affirmer que plus il y a un nombre égal de films de chaque pays origine, plus il y a diversité.

Ce modèle comporte cependant plusieurs difficultés. Premièrement, une multitude d'éléments (parfois difficilement accessibles) doivent être pris en compte pour mesurer la diversité culturelle, car pour chaque variable il est nécessaire d'élaborer un certain nombre d'indicateurs. Deuxièmement, les variables ne sont pas interdépendantes (une dimension de la diversité peut augmenter et une autre diminuer), ce qui peut rendre certains indicateurs peu représentatifs de la réalité et rendre difficile, par exemple, l'établissement d'une cote globale de diversité par pays. Enfin, une longue période d'observation est nécessaire pour évaluer l'évolution de la diversité culturelle dans le temps et l'efficacité des politiques culturelles.

De plus, selon les auteurs, ce modèle est utile, mais doit être complété. En effet, ceux-ci soutiennent avec raison que « [l]a diversité ne doit pas être seulement pensée comme relevant de la défense de la variété des offres culturelles; elle renvoie à la question de la réception, de la demande, de l'appropriation de l'offre par "ses" publics, et donc à la question de l'accès » (Benhamou, 2010 p.10). Il faut donc que l'industrie soit en mesure d'offrir aux consommateurs un large éventail de choix pour qu'il y ait une réelle diversité non seulement offerte, mais également consommée. Dans le cadre de ce mémoire, nous nous limiterons cependant à la diversité offerte.

Ce travail de définition du concept de diversité culturelle nous permet d'identifier quel est le type de diversité qui nous intéresse et de mieux cerner les limites et

contours de notre sujet de recherche. Nous comprenons maintenant que, tel que l'affirme Benhamou (2010),

[l]e parallèle est fort entre la perception de la diversité des expressions culturelles comme source *et* résultat des échanges, comme élément moteur pour l'innovation et la créativité, mais aussi comme un mode de préservation contre la menace de standardisation des biens et d'appauvrissement des cultures. (p.5)

La compréhension du concept de diversité culturelle nous permet d'identifier les différents éléments à prendre en compte dans notre analyse de la diversité cinématographique en lien avec les changements au sein de l'industrie cinématographique québécoise.



## CHAPITRE III

### MÉTHODOLOGIE

Dans le chapitre précédent, nous avons clarifié notre approche et défini les principaux concepts de notre sujet de recherche. C'est en opérationnalisant ceux-ci que nous parviendrons à tirer des conclusions pertinentes de notre analyse. Nous nous efforcerons maintenant d'expliquer notre démarche et de justifier nos choix méthodologiques.

#### 3.1 Cadre méthodologique

Comme nous l'avons vu dans les premiers chapitres, notre sujet de recherche s'intéresse à des concepts théoriques qui peuvent difficilement être mesurables quantitativement. Bien que certains auteurs, dont Benhamou (Benhamou, 2010 ; Benhamou *et al.*, 2012), aient suggéré des méthodes de mesure de la diversité culturelle, eux-mêmes s'entendent pour dire que les résultats ainsi obtenus sont pour l'instant trop partiels pour permettre de dresser un réel portrait de la situation. Pour ces auteurs, plusieurs données nécessaires au calcul de la diversité sont pour l'instant inaccessibles. De plus, toute analyse de la diversité doit tenir compte des facteurs géographiques et culturels de chaque pays et les données chiffrées ne peuvent donc pas refléter une réalité aussi complexe. Finalement, certaines variables peuvent augmenter et d'autres diminuer, ce qui peut générer des interprétations contradictoires quant à l'état de la diversité des productions culturelles offertes. Il nous semblait donc plus raisonnable d'utiliser une approche qualitative, dressant des liens entre les différents processus à l'œuvre et accompagnée des données statistiques pertinentes,



que de tenter de déterminer le degré de diversité de l'offre cinématographique de manière absolue.

Nous procédons sous forme d'*observation documentaire*. Selon Mace et Pétry (2003), le chercheur qui utilise cet instrument de collecte de l'information « consulte des documents desquels il extrait une information factuelle (statistiques ou faits bruts de comportement verbal, telle une déclaration ministérielle, ou non verbale, tels un vote, une visite, etc.) ou des opinions ou conclusions scientifiques qui lui serviront à appuyer son argumentation » (p.80). Nous avons regroupé cette documentation sous forme de revues de littérature afin d'en faire ressortir les éléments pertinents à notre problématique. Ces revues de littérature sont également utiles pour confronter et nuancer les différents éléments de notre problématique ainsi que pour confirmer ou infirmer notre hypothèse. De plus, nous appuyons nos propos à l'aide de données empiriques obtenues par des sources secondaires, telles que l'OCCQ, l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel [OEA], Statistique Canada, etc. dans la limite des données disponibles.

Ainsi, nous fondons notre analyse sur une recension des écrits<sup>4</sup> que nous mettons à l'épreuve en examinant comment ceux-ci s'appliquent au cas de la cinématographie québécoise. La recension s'est déroulée en deux temps. Nous avons d'abord procédé à une revue initiale des écrits puis à une revue systématique. Ces deux formes de revues sont définies par Fortin, Côté et Filion (2006) :

La revue initiale des écrits consiste à répertorier, à l'aide de techniques de recherche documentaire, l'information se rapportant à la question préliminaire qui a été énoncée en vue de savoir ce qui a été écrit sur le sujet et d'adapter celle-ci à l'état actuel des connaissances. La revue systématique des écrits est une revue plus approfondie, car elle consiste à faire le point sur des aspects précis du sujet d'étude, à ordonner l'information et à rédiger la recension. (Fortin, Côté et Filion, 2006 p.69)

---

<sup>4</sup> « La recension des écrits est l'inventaire et l'examen critique des publications ayant rapport à un sujet de recherche. » (Fortin, Côté et Filion, 2006 p.69)

Lors de cette revue systématique, nous en sommes venus à organiser les informations collectées en trois grandes catégories : la mondialisation, l'industrie cinématographique québécoise et la diversité culturelle. Ceci nous permis de dresser un portrait des processus en cours dans chaque catégorie et d'être ensuite en mesure de faire des liens entre les différentes variables que les composent. C'est par l'identification et l'analyse des relations de cause à effet à l'œuvre entre les différentes catégories que nous parviendrons à confirmer ou infirmer nos hypothèses.

Nous avons ainsi entrepris une démarche qualitative nous permettant de questionner et d'appuyer notre hypothèse à partir d'une documentation théorique pertinente à notre sujet de recherche.



## CHAPITRE IV

### LA MONDIALISATION ET L'INDUSTRIE DU CINÉMA

Le chapitre précédent nous a permis d'expliquer notre démarche et de justifier nos choix méthodologiques. Dans le présent chapitre, nous entamerons notre analyse par l'étude des phénomènes clés du processus de mondialisation actuel en lien avec nos intérêts de recherche. Il s'agira de comprendre comment et dans quelle mesure la financiarisation des entreprises, l'intensification de la circulation humaine et matérielle ainsi que la mise en concurrence des États peuvent transformer la structure de l'industrie cinématographique québécoise. Cette analyse nous permettra ensuite, au chapitre V, d'approfondir notre réflexion en examinant comment ces changements affectent la diversité de l'offre cinématographique.

#### 4.1 Financiarisation des entreprises

##### 4.1.1 Qu'est-ce que la financiarisation?

Une caractéristique importante du processus actuel, identifiée entre autres par Kébabdjian (1999) et Laroche (2003), est la « globalisation financière ». Cette globalisation se manifeste par la circulation des flux financiers à l'échelle mondiale sur lesquels le système financier (combinant institutions nationales et internationales) n'a que très peu de contrôle, ces flux ayant développé leur logique propre suite à l'abolition des obstacles à la libre circulation des capitaux. Cette nouvelle particularité de l'économie mondiale a donné une forte impulsion au financement des entreprises par la vente d'actions. Ce phénomène favorise la « financiarisation des

entreprises », c'est-à-dire la montée en importance de la finance au sein des entreprises. Telle que définie par Bouquillion (2007), la financiarisation

[...] désigne le développement de l'actionnariat financier et, en contrepartie, le développement du mode de contrôle dit managérial. Cette dernière notion issue de l'économie financière suggère que les managers disposent d'une mainmise sur la direction des groupes industriels dont l'actionnariat est très dispersé. (p.179)

Afin de conserver leur contrôle et leur position, les dirigeants doivent satisfaire les actionnaires en maximisant la rentabilité financière à court terme de l'entreprise et ainsi sa cote boursière. Comme le remarque Creton (2008a), les compétences liées au « terrain » sont de moins en moins valorisées pour les postes de dirigeants au profit de compétences liées à la gestion financière. Le dirigeant délègue ainsi la « business strategy » aux unités et s'occupe dorénavant en priorité de la « corporate strategy ». Comme nous le verrons, cette importance accordée au capital financier affecte grandement la gestion des organisations, notamment les critères de décisions et les priorités de l'entreprise. Elle est également étroitement liée à la mise en concurrence des entreprises à l'échelle mondiale étant donné l'intérêt financier que représente l'accès aux marchés étrangers.

Selon notre analyse, la financiarisation des entreprises, telle que définie précédemment et jumelée à une croissance de la concurrence à l'échelle mondiale, se traduit par une amplification de la tendance à la concentration des entreprises dans tous les domaines, y compris dans le domaine cinématographique. Cette section nous permettra de comprendre comment ce phénomène affecte l'industrie cinématographique.

#### 4.1.2 Financiarisation et cinéma

Nous avons mentionné au chapitre II que le processus de mondialisation s'accélère par l'abolition progressive des frontières à coup de traités de libre-échange. Une conséquence de cette libéralisation des échanges est l'accroissement de la



concurrence (Bernier, 2000 ; Warnier, 1999), car les entreprises du monde entier peuvent entrer en compétition pour s'imposer sur un même marché. Au cinéma, cette rivalité pour l'accès aux marchés nationaux est très forte, car seule l'atteinte d'un large marché permet de tirer profit des rendements croissants qui caractérisent ce type de biens<sup>5</sup>. Cette grande concurrence que se livrent les acteurs des différentes industries cinématographiques nationales devrait assurer un optimum économique et social selon les principes de la concurrence (Perrot et Leclerc, 2008). Pourtant, cela ne semble pas être le cas, car malgré un accroissement de la concurrence sur les marchés, le contrôle de l'industrie semble être entre les mains d'un petit nombre de grandes entreprises. Piuze (2008) a en effet remarqué une forte accélération des mouvements de fusion et de concentration à l'échelle mondiale depuis une vingtaine d'années, notamment dans le domaine des communications<sup>6</sup>. Nous expliquons cela par deux phénomènes complémentaires : la tendance « naturelle » à la concentration des industries culturelles<sup>7</sup>, ainsi que la tendance, plus récente, car liée au processus actuel de mondialisation, à la financiarisation des entreprises. Cette section nous permettra d'examiner ce dernier phénomène. Nous défendrons la thèse selon laquelle la financiarisation renforce la domination des entreprises les plus puissantes en favorisant la concentration. L'influence de l'actionnariat sur la stratégie, la nécessité de réduire les risques au nom de la rentabilité et la prépondérance d'une orientation-marché semblent être des conséquences directes du phénomène de financiarisation.

#### 4.1.3 L'influence de l'actionnariat sur la stratégie

---

<sup>5</sup> Rappelons qu'il est question de « rendements croissants » lorsque le coût marginal tend vers zéro, c'est-à-dire que le coût de production est élevé mais que le coût de reproduction est très faible. Ainsi, lorsqu'il y a « rendements croissants », le coût unitaire moyen diminue avec chaque vente supplémentaire alors que les profits augmentent.

<sup>6</sup> L'achat de *Films Séville* en 2007 puis d'*Alliance Films* en 2013 par *eOne* dans le milieu de la distribution cinématographique témoigne de la présence de ce phénomène au Québec.

<sup>7</sup> Selon Ménard (2004), la formation de grandes entreprises dominant le marché est favorisée par la structure de coûts des industries culturelles et les marchés de type « le gagnant rafle tout ». Ceci explique en partie la formation des *majors* d'origine hollywoodienne.



Comme nous l'avons précédemment mentionné, la dilution de la propriété des entreprises sous forme d'actions auprès d'une multitude d'investisseurs donne beaucoup de pouvoir aux dirigeants. Traditionnellement, le pouvoir décisionnel était concentré entre les mains des quelques propriétaires, cependant, pour les sociétés par actions, ce pouvoir s'est vu dilué en fonction du nombre d'actions émises. Si le pouvoir de ces « propriétaires » n'est plus aussi direct et si leur influence respective sur les décisions de l'entreprise est limitée, il demeure que leur décision de vendre, de conserver ou d'acheter des actions de l'entreprise détermine en grande partie la valeur de celle-ci. Il est donc primordial que les dirigeants parviennent à augmenter le rendement des actions afin de satisfaire l'appétit des actionnaires. Ceci implique que les décisions de gestion doivent être prises en fonction du rendement boursier à court terme. Ainsi, selon Bouquillion (2007), plusieurs opérations « stratégiques » sont justifiées par des motifs purement financiers et semblent aller dans le sens d'une plus grande concentration.

À titre d'exemple, l'auteur soutient que les fusions et acquisitions occasionnent une augmentation systématique de la valorisation boursière des entreprises (la cote en Bourse de la nouvelle entreprise est supérieure à celle des deux entreprises autrefois distinctes). Effectivement, les données du *London Stock Exchange* semblent corroborer cette thèse, puisque les deux annonces concernant l'acquisition de l'entreprise *Alliance Films* par *eOne* ont généré une hausse importante de la cote en bourse de cette dernière : une première hausse de 7,02 % le 7 septembre 2012 et une seconde de 6,15 % le 3 janvier 2013 (London Stock Exchange, 2013).<sup>8</sup>

Cette stratégie est aujourd'hui de plus en plus facile à appliquer grâce à la globalisation financière, celle-ci permettant aux entreprises d'effectuer facilement des opérations de financement au niveau mondial. Ces opérations permettent alors aux

---

<sup>8</sup> Il est également intéressant de noter que le plus grand actionnaire de *eOne* est un fond situé dans les îles Caïmans (ctvm.info, 2013), nous pouvons donc supposer que les actionnaires de ce fond valorisent davantage la rentabilité de leur investissement que les valeurs sociales de l'entreprise.

dirigeants « [...] de mener des acquisitions de plus grande ampleur que celles permises par l'émission d'actions sur le seul marché financier national, ou par le recours aux capacités d'auto-financement et à l'endettement » (Bouquillion, 2007 p.182). Dans un tel contexte, les dirigeants des entreprises cotées en bourse, ayant à cœur les intérêts financiers de leurs actionnaires, ont avantage à tirer profit de ce type de stratégies d'acquisitions, sous forme de « coups financiers », pour que leur entreprise ainsi que leur travail soient valorisés auprès des investisseurs actuels et potentiels. Au Québec, cette forme de stratégie de financement semble prendre de l'ampleur, notamment au niveau de la distribution et de l'exploitation (les grandes entreprises dans ce domaine étant enregistrées en bourse), et elle affecte indirectement la production. Nous reviendrons sur ce dernier point plus loin.

Ces opérations, motivées par des intérêts purement financiers, sont cependant condamnées par certains, ceux-ci déplorant la dévalorisation de la valeur artistique et sociale du cinéma. Parmi ceux-ci, Fischer (2004) se montre très critique face à cette forme de concentration des entreprises dans le milieu culturel qui se fait au détriment de la saine concurrence. Il affirme que

[t]ous ces conglomérats jouent au Monopoly entre eux et la loi générale du contrôle capitalistique demeure inchangée, même quand les acteurs en titre jouent entre eux et échangent leurs cartes : le cinéma est devenu une industrie mondiale, contrôlée par de grands holdings financiers, pas nécessairement spécialisés dans les médias, et qui rachètent aussi tous les indépendants qui réussissent pour s'assurer un contrôle absolu de la table de jeu. (Fischer, 2004 p.30)

L'emprise qu'exerce la financiarisation des entreprises sur l'industrie cinématographique semble ici clairement énoncée et dénoncée. Ces grands conglomérats, dont font partie les *majors*, exercent une « [...] stratégie de type monopolistique qui tend à éliminer la concurrence en prenant la forme d'une offre saturante » (Creton, 2008b p.186). Ceci leur permet de maximiser la rentabilité de leurs productions au détriment des autres productions.

#### 4.1.3.1 Stratégie de saturation

En effet, les grands studios parviennent à eux seuls à stabiliser l'industrie, autant que cela se peut, en produisant quelques films majeurs qui récoltent une grande part des revenus et en déterminant, de manière indirecte, le seuil de dépense minimal pour jouer dans la cour des grands. Aux États-Unis, le dispositif de contrôle de la « bande des sept », formée de *Walt Disney/Buena Vista*, *Sony Columbia Tristar*, *Metro-Goldwyn-Mayer [MGM]*, *Paramount Pictures Entertainment*, *Twentieth Century Fox Film Corporation*, *Universal Studios* et *Warner Bros*, passe entre autres par la *Motion Picture Association of America [MPAA]* où leur poids politique est considérable. La taille que sont parvenues à atteindre ces entreprises démontre l'ampleur de leur pouvoir sur le marché mondial, car en plus des activités qu'elles exercent sous leur nom,

[...] les *sept* contrôlent une centaine ou plus de compagnies de production et de distribution dites sans ironie « indépendantes » pour les distinguer des majors – les *indies* –, grâce auxquelles ils s'assurent d'occuper toutes les niches et même si possible des réseaux locaux ou alternatifs du cinéma d'art et d'essai ou de films à petits budgets. (Fischer, 2004 p.29)

La financiarisation des entreprises semble ainsi renforcer les positions dominantes des grands joueurs traditionnels, ceux-ci ayant les capacités financières de garder une mainmise sur tout ce qui se fait dans l'industrie<sup>9</sup>.

Les stratégies de fusions/acquisitions tant utilisées par les *majors* semblent gagner en popularité et la concentration des entreprises est de plus en plus tolérée par les

---

<sup>9</sup> Cette stratégie de saturation des *majors* américaines a été facilitée par la grande puissance financière acquise grâce à la taille du marché intérieur, mais aussi du marché extérieur anglophone que Fischer (2004) qualifie de « gigantesque ». L'étendue du marché potentiel des films américains a permis à cette industrie cinématographique d'être profitable, ce qui est très rare ailleurs dans le monde. L'attrait du profit a donc favorisé le foisonnement des productions américaines au point de répondre entièrement à la demande du marché intérieur sans devoir faire appel aux productions étrangères (Fischer, 2004). L'industrie américaine n'a ainsi pas besoin de mesures protectionnistes étant donné l'importante production locale et c'est grâce à ce marché local qu'elle possède les moyens financiers de percer les marchés étrangers.

gouvernements, notamment européens (Bouquillion, 2007). Ceux-ci justifient leur position, malgré le non-respect de la saine concurrence qui en découle, en affirmant qu'il s'agit du meilleur moyen de faire face à l'envahissement des entreprises étrangères et de maintenir une industrie nationale capable de s'imposer sur le marché mondial et d'ainsi soutenir la production locale<sup>10</sup> (Bouquillion, 2007). C'est dans le domaine des communications que cette réalité est la plus manifeste au Québec, la décision du Bureau de la concurrence autorisant *Quebecor* à acquérir *Videotron* en 2000 afin de l'empêcher de tomber dans les mains de *Rogers*, un géant canadien très présent au Canada anglophone en est un percutant exemple.

Ainsi, la concentration est désormais davantage tolérée en Europe et ailleurs afin de faciliter l'insertion des industries de la culture et de la communication dans le marché mondial. Nous sommes portés à croire que cette forme de concentration tend à se généraliser et affecte désormais l'industrie cinématographique, d'autant plus que les industries de la communication et l'industrie cinématographique sont de plus en plus liées entre elles suite à l'arrivée des nouveaux modes de consommation que permet le numérique<sup>11</sup>.

Cependant, ces fusions et acquisitions ne représentent pas nécessairement un avantage d'un point de vue industriel et elles modifient la structure de l'industrie au détriment des jeux de la concurrence en réduisant le nombre d'entreprises de grande taille présentes sur le marché (Bouquillion, 2007).

---

<sup>10</sup> Bouquillion (2007) mentionne à titre d'exemple la réforme de la politique de la concurrence de l'Union Européenne de 2004 qu'il dit strictement fondée sur des intérêts économiques (au détriment des considérations culturelles, politiques et sociales). Cette réforme, selon Bouquillion (2007) et Wise (2007), ouvre la porte à une plus grande concentration des entreprises : « Les lignes directrices édictées par la Commission en 2004 sur les concentrations horizontales impliquent une forte harmonisation des deux côtés de l'Atlantique, du moins pour les concentrations horizontales » (Wise, 2007 p.37). La réforme de la politique de la concurrence vise donc à insérer les entreprises locales sur le marché mondial bien que, comme le précise Bouquillion (2007), la taille des entreprises et des marchés en Amérique et en Europe, à quelques exceptions près, soit très différente.

<sup>11</sup> Pour plus d'informations à ce sujet, nous vous invitons à consulter les ouvrages de Philippe Bouquillion, notamment le livre écrit avec Yolande Combès intitulé *Les industries de la culture et de la communication en mutation* (2007).



Cette tendance à la concentration touche également le Québec. En effet, en se référant aux données de l'OCCQ, Poirier (2012) a déduit que 67,8 % des entreprises de distribution au Québec font moins de 100 000 \$ de revenus alors que 15 % d'entre elles encaissent 1 million de dollars et plus. Ces données nous indiquent qu'un nombre restreint d'entreprises exerce un poids prépondérant sur le marché québécois et témoignent « [...] d'une distribution très inégale du pouvoir au sein de l'industrie » (Poirier, 2012 p.111). La concentration des revenus auprès d'un petit nombre d'entreprises peut avoir des effets néfastes sur les rapports de pouvoir en jeu au sein de l'industrie<sup>12</sup>. Patrick Roy, président de *Les Films Séville*, semble vouloir démentir ces effets de la concentration. En effet, dans un article de ctvm.info (2013) il est écrit que Monsieur Roy

[...] tient à préciser que depuis l'achat d'Alliance Vivafilm par la compagnie canadienne Entertainment One (eOne), rien n'a changé dans le milieu de la distribution cinématographique québécoise : "En fait, les activités des Films Séville et d'Alliance se poursuivent comme c'était le cas avant la transaction".

Ces propos semblent plutôt étranges. Comment l'acquisition de deux des plus grandes entreprises de distribution québécoise par *eOne* pourrait-elle ne pas affecter l'industrie? L'attribution, par la Régie du cinéma, d'un permis temporaire à *Alliance Films* jusqu'à ce que soit déterminé clairement si le centre de décision demeure réellement au Québec démontre d'ailleurs les doutes et craintes que soulève ce type d'acquisition.

Au niveau de l'exploitation, la « mise en chaîne » des établissements occasionnée par la construction de nouveaux mégaplexes (pensons au nouveau *Cinéplex* du *Quartier Dix30*) et l'acquisition des salles existantes (telle que l'acquisition de la filiale *AMC*

---

<sup>12</sup> Il est également intéressant de noter que le pouvoir accordé aux distributeurs s'est accru au cours des dernières années au Québec, car les organismes subventionnaires exigent de plus en plus la présence préalable d'un distributeur pour l'octroi d'une aide financière. Ce dernier s'est ainsi peu à peu impliqué dans la production en se prononçant sur les scénarios, la distribution, etc. (Poirier, 2012)



*Ventures* par Cinéplex), agrandit le fossé entre les grands et petits joueurs et réduit ainsi la concurrence.

Ainsi, la valeur accordée à la cote en bourse des entreprises est une des formes que peut prendre la financiarisation des entreprises. Elle incite les entreprises à atteindre une taille de plus en plus grande par l'intégration des concurrents locaux et internationaux et à prendre des décisions fondées sur la satisfaction à court terme des actionnaires. La pertinence de maintenir un certain niveau de concurrence afin de garantir une pluralité d'approches du médium cinématographique semble être mise en doute ou tout simplement négligée.

#### 4.1.4 Réduire les risques au nom de la rentabilité

##### 4.1.4.1 Nécessité de faire comme (ou mieux que) ses concurrents

Comme nous venons de le voir, la financiarisation se caractérise par une grande importance accordée à la rentabilité des opérations industrielles et financières. Pour assurer une telle rentabilité, les acteurs doivent être en mesure de gérer le niveau de risque lié à leurs décisions afin de maintenir un certain équilibre en cas d'échec.

Au sein de l'industrie cinématographique, les distributeurs assument une grande part des risques financiers, car ils n'ont aucune assurance de couvrir les dépenses engagées (copies, promotion, publicité, etc.). Étant donné les coûts de plus en plus élevés liés à la sortie d'un film en salle, la taille et la capacité financière des distributeurs deviennent des éléments essentiels à leur survie. Il est aujourd'hui nécessaire de miser gros pour gagner gros, car la sortie d'un « blockbuster » implique un énorme risque financier. Un très faible nombre d'entreprises peut prendre ce risque, ce qui favorise la formation d'un oligopole puissant alimenté en projets et en innovations par les multiples petites entreprises de production (Bouquillion, 2007)<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Les producteurs assument les risques de l'innovation (choix des projets et de la main-d'œuvre) et doivent demeurer sous forme de petites structures pour rester proches du milieu créatif et du public

C'est ainsi la volonté des entreprises de réduire les risques, tout en réalisant des économies d'échelle et en optimisant les possibilités de profits, qui a mené à la création de gigantesques consortiums dans le secteur cinématographique (Tremblay, 1990). Le succès des *majors* illustre bien ce propos malgré les difficultés rencontrées par certaines d'entre elles<sup>14</sup>. Grâce à leur stratégie de diversification et d'intégration verticale, elles peuvent se permettre, comme le précise Poirier (2010), d'être déficitaires en salle, car elles sont partie prenante d'entreprises de plusieurs domaines (télévision, musique, parcs d'attractions), et possèdent les droits des films qui seront exploités sur les autres marchés et inspireront de nombreux produits dérivés. Cet élargissement de la base de leur chiffre d'affaires permet aux entreprises d'étaler leurs revenus sur une plus grande période de temps et d'exploiter un large catalogue de droits (Creton, 2008a). Ainsi, « [l]es formes présentes de la concentration, facilitée par la financiarisation, autorisent des intégrations amont/aval qui offrent aux acteurs industriels adoptant de telles stratégies des positions de domination vis-à-vis des concurrents et des consommateurs » (Bouquillion, 2007 p.194).

Cette stratégie d'intégration amont/aval est peu présente au sein de l'industrie cinématographique québécoise, mais elle est très fréquente chez les grandes entreprises états-uniennes qui offrent ainsi une concurrence féroce aux entreprises locales. Poirier (2012) explique d'ailleurs la baisse des revenus bruts des distributeurs

---

(Bouquillion, 2007), mais leur risque financier est limité, car leur revenu est garanti par un cachet producteur inclus dans le budget de la production.

<sup>14</sup> L'échec de la stratégie de diversification de Disney, qui produisait initialement des films d'animation et qui a élargie son répertoire, particulièrement depuis les années 1980, en produisant des émissions de télévision, des films grands publics, en devenant propriétaire de chaînes, d'un nombre grandissant de parcs à thème et de magasins de produits dérivés et en achetant ABC en 1995 et Fox Family en 2001, illustre bien les risques que représente ce type d'initiative. Par manque de synergies industrielles, Disney a perdu peu à peu sa position de force : ses parcs deviennent déficitaires, les boutiques ferment, le *broadcasting*, sur lequel s'est positionnée l'entreprise, est en perte de vitesse, Disney perd des parts de marché en animation et subit fortement la concurrence des *majors* sur les autres marchés du film. Ainsi, une stratégie de diversification qui se fait sans cohérence d'ensemble et qui ne mise pas sur les produits d'avenir (Disney a choisi de miser sur le *broadcasting* plutôt que la câblodistribution et les bouquets satellitaires) peut jouer en la défaveur d'une entreprise. (Bouquillion, 2008)

québécois (titulaires d'un permis général) depuis 2004, alors que les revenus bruts des titulaires d'un permis spécial (les grands studios américains) augmentent, par la diminution des revenus dans les marchés des salles et du DVD. Les entreprises québécoises ne sont pas parvenues à s'imposer sur les autres marchés comme l'ont fait les entreprises États-Uniennes.

C'est par l'intégration horizontale que les entreprises de plus petite échelle espèrent conserver un certain contrôle sur le marché. Comme mentionné précédemment, cela s'illustre notamment en distribution par l'acquisition par *eOne* de *Films Séville* et d'*Alliance Films*. Du côté de l'exploitation, c'est la compagnie canadienne *Cineplex* qui mène le bal grâce à ses multiples marques acquises à travers le temps: *Cineplex Odeon*, *Galaxy*, *Famous Players*, *Colisée*, *Colossus*, *Cineplex VIP*, *StarCité*, *Cinema City* et *Banque Scotia* (Cineplex Divertissement, 2013)<sup>15</sup>. C'est ce qui amène Poirier (2012) à affirmer que « [...] le secteur de la diffusion est davantage concentré que ceux de la production et de la distribution » (p.113). Les grandes salles commerciales exercent un grand pouvoir au Québec et les conflits entre l'Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs du Québec [APCCQ] et l'Association des cinémas parallèles du Québec [ACPQ] témoignent de la volonté de contrôle du territoire des représentants des salles commerciales<sup>16</sup>.

Pour les entreprises de distribution, cette nécessité d'atteindre une taille critique est amplifiée par l'obsolescence de plus en plus rapide des films. Les exploitants réduisent la durée de vie en salle des films (grâce à des outils de surveillance des performances quasi en temps réel) et les font disparaître très vite des écrans en cas d'échec afin d'être en mesure de tirer profit d'autres films issus de l'offre

---

<sup>15</sup> Le principal concurrent de cet empire au Québec est *Les Cinémas Guzzo*, suivi par *Ciné-Entreprise* et *RGFM*. Il s'agit des quatre chaînes (regroupant quatre établissements ou plus) actives sur le marché québécois. Les données de l'OCCQ (2013a) démontrent le haut niveau de concentration dans le domaine de l'exploitation cinématographique au Québec. À elles seules, ces quatre chaînes représentent 38% des établissements, 63% des écrans, 70% des fauteuils et s'accaparent 75% de l'assistance au Québec en 2012.

<sup>16</sup> Consulter Poirier (2012) pour plus de détails.

grandissante provenant du monde entier. En outre, les distributeurs, afin de maximiser leurs revenus sur une si courte période, doivent assurer aux films une sortie en salle sous forme d'« événement » sur un grand nombre d'écrans simultanément ce qui nécessite d'importants moyens financiers et donc, une grande prise de risque (Creton, 2008b). Cela représente, si l'on se fie aux résultats des *majors*, la meilleure façon d'espérer « gagner » et d'ainsi profiter au maximum des rendements croissants.

Cependant, s'il est risqué d'investir d'importantes sommes dans la signalisation et dans la production de multiples copies de diffusion, il est également très risqué de ne pas le faire. Une entreprise qui investit moins que ses concurrents alors que leurs films respectifs sortent au même moment risque de voir son film éclipsé par ceux de ses concurrents<sup>17</sup>. Les investissements en distribution sont ainsi à la hausse, au détriment des petites entreprises qui n'ont pas les moyens d'investir autant. Le prix plancher pour parvenir à se faire remarquer du public ne cesse d'augmenter<sup>18</sup> (Augros, 2008).

Ainsi, les grandes entreprises de distribution tendent à se regrouper sous forme d'oligopole et éjectent peu à peu les plus petites entreprises en monopolisant une grande partie de l'espace public et des écrans. Les petites structures n'ont plus les

---

<sup>17</sup> Ceci est d'autant plus vrai quant le marché potentiel pour un type de film est limité. Les comédies se font concurrence, les films d'horreurs se font concurrence et il en est de même pour les films québécois. Le tableau de l'OCCQ (2013a) présentant le palmarès des 20 films ayant fait le plus grand nombre d'entrées, démontre qu'à pratiquement chaque mois, un seul film québécois parvient à s'y hisser. Nous sommes ainsi portés à croire que si deux films québécois sortent sur une même période, leurs dépenses respectives en distribution affectent leurs résultats en salles : celui dont on parlera le plus gagnant une position favorable à court terme vis-à-vis son concurrent. Une collecte de données sur les coûts de distribution de chaque film nous permettrait de vérifier notre hypothèse, malheureusement ces données ne sont pas rendues publiques au Canada.

<sup>18</sup> Ménard (2012) nous indique que les coûts de distribution représentaient en moyenne, pour les 49 long-métrages québécois produits en 2003-2004, 16,2% des coûts de production. À titre comparatif, Augros (2008) mentionne qu'aux États-Unis « [...] pour les films produits par les membres de la MPAA l'effort de distribution est en moyenne 50% du budget de production » (p.52). De manière plus comparable à l'industrie québécoise, les coûts de distribution moyens des films français ont représenté, en 2011, 10,9% des coûts de production selon le rapport sur les coûts de distribution du *Centre national du cinéma et de l'image animée* [CNC] (Pierron et al., 2013).



moyens de soutenir plusieurs projets et peuvent se voir obligées de fermer leurs portes suite à l'échec d'une seule de leurs productions, à l'opposé des grands joueurs qui investissent dans un large portefeuille de films dont les succès compenseront les pertes.

Les conglomérats disposent bien sûr d'une puissance financière considérable qui leur permet de mobiliser les importants capitaux nécessaires à la production culturelle de type industriel et de réduire substantiellement les risques inhérents au lancement de nouveaux produits. Il devient extrêmement difficile aux entreprises concurrentes de taille réduite de compétitionner avec ces géants qui peuvent soit compter sur d'importantes économies d'échelle, soit supporter un déficit d'opération sur une assez longue période. (Tremblay, 1990 p.17)

De même, les grands exploitants de salles, en choisissant des films commerciaux plus propices à remplir les salles, en optimisant la rentabilité de leur programmation (notamment par la programmation continue de nouveautés), et en investissant pour offrir une expérience « totale » (jeux, salles IMAX, sièges D-BOX, choix de nourritures, etc.) parviennent à accroître leurs revenus par entrée, ce qui est plus difficile pour les petits établissements. Les multiplexes parviennent ainsi à saturer le marché du « divertissement cinématographique », laissant peu de manœuvre aux autres joueurs.

Ainsi, afin de réduire les risques liés aux importants coûts engagés, l'accession à un très large marché est aujourd'hui nécessaire. Plus le marché est large, plus le distributeur est en mesure de profiter des rendements croissants. Cette stratégie renforce une fois de plus la domination des grandes entreprises, car ce ne sont que les gros joueurs qui parviennent à investir massivement dans la sortie d'un film sur le marché local et, simultanément, sur le marché mondial en respectant les spécificités culturelles des différents pays. Nous reviendrons sur cet aspect de la mondialisation dans la section suivante. La taille du marché est également importante pour l'exploitant, car un large marché lui permet de rapidement rentabiliser ses



investissements. Les grands distributeurs et exploitants sont donc portés à développer une offre saturante afin de capter un maximum de clientèle.

Un autre moyen élaboré afin de réduire le niveau de risque est de rendre les résultats les plus prévisibles possible. Les distributeurs orientent alors de manière indirecte (par la sélection des films et par l'investissement qui leur est consacré) la production pour qu'elle incorpore les ingrédients qui semblent générer des succès. Ces ingrédients relèvent généralement des stratégies d'exploitation américaines, celles-ci étant très prisées par tous les acteurs de la chaîne : producteurs, distributeurs et propriétaires de salles (Barrette, 2004 ; Musso, 2003). Les productions cinématographiques québécoises sont bourrées d'exemples illustrant cette tendance (bien que certains aient connu un échec en salles) : utilisation de vedettes (notamment des humoristes), budgets importants<sup>19</sup>, séries télévisuelles à succès portées au grand écran (*Dans une galaxie près de chez vous* (2004), *Omertà* (2012), etc.) et suites (*À vos marques party! 2* (2009), *Cruising Bar 2* (2008), *Les Boys 4* (2005), etc.).

Bref, au Québec comme ailleurs, les producteurs proposent de plus en plus de films visant un large marché; les distributeurs investissent massivement dans la promotion de ces derniers et les sortent sur un grand nombre de copies; les exploitants choisissent les films qui promettent de remplir les salles et déterminent le temps d'écran qui leur est accordé selon les recettes réalisées dès la première fin de semaine afin de suivre le rythme des nouveautés. Les effets de la financiarisation des entreprises de distribution et d'exploitation, par l'importance accordée à la capacité d'atteindre rapidement une rentabilité maximale du capital à court terme, se font donc sentir de manière directe ou indirecte tout au long de la filière cinématographique.

#### 4.1.5 Domination de l'orientation marché

---

<sup>19</sup> Le coût moyen de production d'un long-métrage pour les 10 dernières années, au Québec, était de 4 260 851 \$ selon les données de l'OCCQ (2013a).

Nous avons mentionné que les différents acteurs de la filière étaient à la recherche de la formule gagnante afin de satisfaire les exigences de la sphère financière. Ceci n'est pas sans conséquence sur le processus créatif, car il peut induire une logique de création orientée vers le marché plutôt que vers le produit. Le cinéma semble alors, dans certains cas, perdre sa qualité de production artistique, à travers laquelle son auteur s'exprime, pour devenir un objet de consommation dont les caractéristiques correspondent aux désirs (supposés) des consommateurs. La liberté créative peut ainsi se voir réduite suite aux influences du phénomène de financiarisation sur la filière cinématographique, les créateurs étant encouragés à adapter leur produit au marché.

Notons cependant qu'il est ici question uniquement du cinéma qui sera commercialisé, c'est-à-dire des films qui traverseront chaque étape de la filière cinématographique. Les créateurs auront toujours la liberté de proposer des projets de films ou de faire des films (avec leurs propres moyens dans la plupart des cas) qui répondent à leurs motivations intrinsèques, sans considération monétaires. Notre propos concerne spécifiquement les créateurs qui veulent vivre de leur art. Ces derniers semblent être encouragés, par les rouages de l'industrie, à adapter leurs élans créatifs aux exigences des autres acteurs.

Étant donné le large bassin de main-d'œuvre créative, l'offre de projets est plus grande que la demande. Beaucoup de projets sont rejetés, faute de fonds pour tous les financer. Une certaine sélection doit donc être effectuée par les producteurs, distributeurs et organismes de financement (SODEC, Téléfilm Canada, etc.). Notons que Téléfilm Canada et la SODEC ne financent que les projets ayant un accord de distribution préalable, ce qui accentue l'impact de l'orientation marché sur la sélection des films. Les projets qui se réaliseront sont ceux qui semblent les plus porteurs selon les critères commerciaux, artistiques ou identitaires établis par les différentes entités. Cependant, comme nous l'avons illustré au chapitre I en dressant un portrait historique de l'intervention culturelle au Québec, les critères commerciaux

tendent à prendre de plus en plus de place : l'industrie vise de plus en plus la création de superproductions. Il y a donc une amplification du processus de marginalisation des productions qui ne peuvent se concrétiser par des rapports marchands.

Cette commercialisation et l'accentuation de la concurrence ont concouru à réduire la culture à la production de ce qui peut être rentabilisé sur le marché, d'une part, et à ce qui est générateur de retombées industrielles, d'autre part. Dans ce contexte, n'est intéressant que ce qui semble immédiatement « viable » commercialement, ou ce qui est générateur d'emplois. (Bernier et Atkinson, 2000 p.15)

De nombreux films semblent ainsi se rapprocher du film de commande, laissant peu de place à l'expérimentation et aux créateurs désireux d'offrir des films différents aux spectateurs<sup>20</sup>. Les films doivent correspondre aux standards esthétiques et économiques établis par les grandes entreprises pour augmenter leurs chances d'être financés. Les productions ne répondant pas à ces critères sont généralement perçues comme étant moins rentables, d'où leur mise à l'écart. Ceci n'est pas sans fondement, car la majorité des recettes ont effectivement tendance à se concentrer un petit nombre de films qui se présentent souvent sous forme de *superproductions* (Bouquillion, 2007 ; De Vany, 2004)<sup>21</sup>. La production de films orientés marché semble ainsi être perçue, au Québec comme ailleurs, comme étant un moyen d'assurer la survie du cinéma national, en s'appuyant sur une diffusion internationale.

#### 4.1.6 Synthèse : une sphère financière envahissante

---

<sup>20</sup> Sans pour autant être en mesure d'affirmer qu'il s'agit de films de commande (c.-à-d. un projet « producteur » où le réalisateur reçoit un scénario à tourner), les films *Bon Cop Bad Cop* (2006), *Piché entre ciel et terre* (2009) et *Louis Cyr* (2013) semblent être des exemples de films qui pourraient résulter d'une telle stratégie: un scénario grand public, la présence de vedettes et un important budget de production et de promotion.

<sup>21</sup> Certains films orientés produit, tels qu'*Incendies* (2010) et *Monsieur Lazhar* (2011), peuvent connaître un grand succès, mais il s'agit surtout d'un succès d'estime. À titre d'exemple, l'assistance à ces deux films est respectivement de 430 816 entrées et de 358 534 entrées alors que l'assistance pour le film *Bon Cop Bad Cop* (2006), qui a été lui aussi considéré comme un grand succès, était de 1 320 395 entrées. L'écart entre les films orientés produit et orientés marché demeure donc considérable. (OCCQ, 2013a)

Ainsi, avec la financiarisation, l'industrie cinématographique mondiale semble passer sous la domination de la sphère financière, ou du moins être fortement influencée par celle-ci. Conséquences directes de la financiarisation des entreprises et de la mise en concurrence des entreprises à l'échelle mondiale, l'importance accordée à la cotation boursière des entreprises, la nécessité d'avoir une capacité financière suffisante pour prendre d'importants risques ainsi que la valorisation des productions orientées vers le marché contribuent à modifier le fonctionnement de l'industrie cinématographique dans le sens d'une logique plus commerciale.

Au Québec, c'est particulièrement au niveau de la distribution et de l'exploitation que se font sentir les effets directs de la financiarisation. Par la taille sans cesse grandissante des grandes entreprises de ces secteurs et la réduction du niveau de concurrence qui en découle, ces dernières déterminent en grande partie les films qui seront vus au Québec. Elles monopolisent une grande part des écrans et de l'espace public consacré au cinéma et évincent ainsi les productions plus modestes. Il en résulte une croissance de l'écart entre les petits et les grands joueurs, laissant peu de place aux structures intermédiaires. Les organismes de financement peuvent agir à titre de modérateurs quant à l'accroissement de cet écart puisqu'ils exercent, eux aussi, un grand pouvoir sur l'industrie par la sélection des œuvres qui seront financées. Néanmoins, si ceux-ci favorisent les projets les plus prometteurs financièrement, le déséquilibre ne pourra que s'accroître. En obligeant les producteurs à avoir, pour chaque projet, une entente préalable avec un distributeur, la SODEC et Téléfilm Canada accordent un pouvoir croissant à un nombre de plus en plus restreint d'entreprises de distribution. On remarque ainsi une exacerbation de la tension traditionnelle entre culture et économie, la financiarisation accentuant l'insertion du cinéma au sein du capitalisme (Bouquillion, 2007).

#### 4.2 Intensification de la circulation humaine et matérielle à l'échelle mondiale

##### 4.2.1 Un phénomène en expansion



Nous avons mentionné au chapitre II que la phase actuelle de la mondialisation (que nous appelons la globalisation) va au-delà des anciennes configurations identifiées par Michalet (2004), soit la configuration inter-nationale et la configuration multi-nationale, en outrepassant la notion de frontière. Nous avons ensuite indiqué que le processus en cours possède un lien fort avec la montée de l'idéologie néolibérale qui favorise la libéralisation des échanges. Ainsi, la mondialisation actuelle semble se caractériser, entre autres, par une ouverture des frontières (une libéralisation des marchés des biens, des services, des capitaux et de la main-d'oeuvre) passant par divers accords tels que l'accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis [ALE] de 1987, l'accord de libre-échange nord-américain [ALENA] de 1989 et l'accord de libre-échange Canada-Europe de 2013. Ces changements modifient l'ordre mondial établi.

[La mondialisation] a fait surgir un nouvel espace et un nouveau cadre pour l'action : la politique *s'affranchit des frontières et des États*, avec pour conséquences l'apparition de joueurs supplémentaires, de nouveaux rôles, de nouvelles ressources, des règles inconnues, de nouvelles contradictions et de nouveaux conflits. (Beck, 2003 p.29)

L'ouverture des frontières semble ainsi avoir un impact sur la politique, mais aussi sur la réalité sociale et économique des sociétés en permettant non seulement aux capitaux financiers, mais aussi aux produits physiques et aux humains de passer facilement d'un pays à l'autre.

En effet, l'importante croissance, telle que présentée sur le site de l'Organisation mondiale du commerce [OMC] (2013), des exportations et des importations mondiales depuis les années 1980, tant des marchandises que des services commerciaux, témoigne de l'impact de l'ouverture des frontières. À titre d'exemple, selon les données qui y sont présentées, les exportations de marchandises à l'échelle mondiale sont passées d'une valeur approximative de 2 034 000 millions de dollars US en 1980 à 18 401 000 millions en 2012. En ce qui concerne les mouvements de



personnes, l'Organisation internationale pour les migrations [OIM] (sans date) déclare que « [l]e nombre total de migrants internationaux s'est accru ces dix dernières années, passant d'un montant estimatif de 150 millions de personnes en 2000 à 214 millions de personnes [en 2008] ». Ceci signifie qu'environ 3,1 % de la population mondiale (une personne sur trente-trois) ne vivait pas, en 2008, dans son pays d'origine. De manière plus localisée, l'Organisation internationale des Nations-Unies [ONU] (2009) déclare qu'au Canada le nombre de migrants serait passé de 4,5 millions en 1990 à 7 millions en 2010, soit de 16,2 % à 21,3 % de la population canadienne.

Cette intensification de la circulation humaine et matérielle à l'échelle mondiale comme conséquence de l'ouverture grandissante des frontières tend à remettre en question le fonctionnement, les structures, les stratégies, etc. des industries traditionnelles, mais également des industries culturelles. En effet, comme pour plusieurs industries, on remarque au sein de l'industrie cinématographique une croissance de la mobilité des travailleurs créatifs et techniques et un désir grandissant de la part de toute la filière d'accéder au marché mondial.

#### 4.2.2 Mobilité du travail créatif et technique

##### 4.2.2.1 Migration des talents

Les entreprises de l'industrie cinématographique ont voulu tirer le meilleur de cette nouvelle réalité, notamment en faisant jouer la migration des talents en leur faveur. Ils ne sont d'ailleurs pas les seuls. En effet, l'accroissement des mouvements migratoires a été en grande partie favorisé par le recrutement international, les entreprises recrutant désormais à l'étranger à la recherche du meilleur candidat. « [A]s the explosive growth of international trade and commerce has made national borders more permeable, more and more of the world's most talented professionals work outside their home countries » (Frank et Cook, 1995 p.28).

Les États-Unis tirent particulièrement profit, depuis plusieurs décennies, de cette stratégie en cinéma, car ils possèdent un fort capital d'attractivité auprès des créatifs étrangers grâce au succès du cinéma états-unien (et plus particulièrement hollywoodien). Charlie Chaplin, Fritz Lang et Alfred Hitchcock en sont d'excellents exemples. L'industrie états-unienne peut donc aisément séduire la main-d'œuvre étrangère de leur choix en leur offrant des salaires compétitifs ou des opportunités alléchantes. Hollywood a souvent procédé ainsi, mais cette forme de « fuite des cerveaux » est un phénomène qui est aujourd'hui en expansion. En effet, selon Ménard (2013), si les majors et autres entreprises d'envergure internationale ont depuis longtemps pris l'habitude de repérer les talents sur certains territoires étrangers, l'explosion du nombre de coproductions et de la mobilité de la main-d'œuvre ont permis au phénomène d'appropriation des talents étrangers de se répandre et de toucher les structures plus modestes. Les entreprises de productions se font concurrence pour recruter les meilleurs talents. Ainsi, malgré la taille du bassin de main-d'œuvre disponible, ce n'est encore qu'un petit nombre qui réussit à s'accaparer une grande part de l'attention : « Film studios hoping for a blockbuster bid for the best actors, screenwriters, directors, and producers. [...] These observations lead us to say that the ultimate [winner-take-all] contestants are persons, [...] » (Frank et Cook, 1995 p.30). L'accès à l'emploi ne s'est ainsi pas nécessairement amélioré avec le processus de mondialisation. Si, comme l'affirme De Vany (2004), l'industrie cinématographique « [...] is an industry of many people and wannabees and not a whole lot of work » (p.4), ces « wannabees » s'étendent désormais à l'échelle mondiale et espèrent tous parvenir à concrétiser leur rêve en participant à la production d'un film. Les métiers techniques et créatifs sont donc sujets à la concurrence mondiale, le monde représentant un bassin de talents énorme. Les travailleurs ont la possibilité de tirer profit de l'ouverture des frontières en se démarquant des concurrents et en cumulant des contrats à l'étranger, mais seulement une minorité de travailleurs peuvent y parvenir. Pour les autres, cette mobilité des travailleurs menace leur accès à un travail, car la production locale ne garantit plus du

travail aux travailleurs locaux. Cela soulève d'importants débats, notamment en Europe. En effet, la Commission européenne remet actuellement en question les mesures d'aides à caractère « territorial » qui, selon elle, nuisent à la concurrence. Tremblay (2013) nous indique, à titre d'exemple, que le financement d'un film par une collectivité obligeait la production à dépenser 80 % du budget du film sur le territoire en question et que l'abolition de cette règle affecterait grandement les industries techniques. « Une équipe d'éclairage hongroise pourrait alors accéder aussi facilement aux plateaux de tournage français qu'une consœur établie dans l'Hexagone [...] » (Tremblay, 2013). Une décision de la Commission européenne qui abolirait les mesures de territorialisation serait bénéfique aux travailleurs provenant de pays où il y a peu de productions par année, car ils peuvent plus facilement travailler à l'étranger, mais nuirait aux travailleurs des autres pays. Il semble donc logique que ces derniers priorisent une position défensive, demandant le maintien et le renforcement des mesures gouvernementales favorisant l'emploi de la main-d'œuvre locale. La mondialisation affecte ainsi l'accès aux ressources humaines nécessaires à la production cinématographique, que celles-ci soient d'un ordre technique ou créatif.

Le Québec et le Canada recèlent d'exemples d'artistes du cinéma qui participent à des productions étrangères (notamment aux États-Unis) : Caroline Dhavernas (comédienne), Ken Scott (réalisateur et scénariste), Denis Villeneuve (réalisateur et scénariste), Marc-André Grondin (comédien), Jessica Paré (comédienne), Jean-Marc Vallée (réalisateur), James Cameron (scénariste, réalisateur et producteur), Philippe Falardeau (réalisateur et scénariste) etc. Ces artistes ont tous été invités à produire des films étrangers ou à y participer grâce à leur « potentiel artistico-commercial », qui représente le principal critère de sélection des industries étrangères selon Ménard (2013). Nous remarquerons cependant que le Canada est un très faible « importateur de talents », il subit plutôt une fuite de cerveaux vers ses voisins de sud et parfois vers ses « cousins » français. La migration des talents est ainsi une forme que prend la



mondialisation au sein de l'industrie cinématographique en facilitant l'accès aux ressources humaines étrangères.

Cette forme de mondialisation peut également se faire de manière beaucoup plus subtile, notamment par l'achat de concepts ou de formules. Plutôt que de faire venir les talents étrangers et de les intégrer dans la structure cinématographique locale, les studios achètent les « recettes à succès » étrangères et en font des « remakes ». En achetant les droits liés au concept/au scénario d'un film étranger, les studios réduisent leurs risques en diminuant les coûts de développement et les risques d'échec sans avoir à faire venir les créatifs au pays. Cela leur permet d'adapter le concept et la main-d'œuvre aux préférences locales afin d'en faire une production « nationale ». De ce fait, il s'agit d'une « forme insidieuse de mondialisation » (Ménard, 2013), car elle est très peu visible. Cette stratégie connaît beaucoup de succès en télévision et est depuis longtemps utilisée par les *majors* sur le marché américain, mais elle devient aujourd'hui de plus en plus fréquente à l'échelle internationale.

Le Québec, qui était (et demeure toujours) un grand importateur de concepts et de formats pour la télévision (*Dans l'œil du dragon* (2012- ), *Un souper presque parfait* (2010- ), *En thérapie* (2012- )), devient peu à peu un exportateur tant de concepts et formats télévisuels que cinématographiques. À titre d'exemple, à la télévision, la série *Les Bougon* (2004-2006) a été adaptée en France et *Les hauts et les bas de Sophie Paquin* (2006-2009) a été adaptée au Canada anglais. Au cinéma, le film *La grande séduction* (2003) a été adapté au Canada anglais et le film *Les 3 P'tits Cochons* (2007) a été adapté en France. Enfin, le film *Starbuck* (2011) de Ken Scott est un autre exemple intéressant, car les studios américains semblent avoir jumelé deux stratégies : ils font venir le réalisateur aux États-Unis (migration de talents) pour qu'il réalise le même film, mais adapté au public états-unien (achat de concepts).

#### 4.2.2.2 Exportation de la production

L'exportation de la production, c'est-à-dire la réalisation du film (tournage et/ou postproduction) dans un pays autre que le pays d'origine du film, peut se montrer très avantageuse pour les entreprises de production, notamment si le pays d'accueil offre des incitatifs financiers importants (nous y reviendrons plus loin) et si la main-d'œuvre y est meilleur marché et de qualité. Par contre, cette course vers une production meilleur marché nuit à l'emploi de la main-d'œuvre locale. La position des syndicats de l'industrie états-unienne « [...] qui exigent des mesures en vue de contrer le déplacement croissant de la production de films américains vers des pays étrangers [...] » (Bernier et Atkinson, 2000 p.27) illustre parfaitement les conflits qui en découlent. Le Canada semble pour l'instant tirer profit de cette mobilité de la production, car il a

[...] développé une expertise (cameramen, ingénieurs du son, etc.) dont les Américains s'arrachent aujourd'hui les services pour leurs propres productions qu'ils viennent de plus en plus tourner, la faiblesse du dollar et les libéralités de nos gouvernements les incitant, à Toronto, Montréal ou Vancouver. Au dam de l'industrie hollywoodienne. La production cinématographique et télévisuelle se déplace en effet, comme la production automobile, au gré de l'évolution des coûts de la main-d'œuvre et selon les avantages qu'offrent au producteur les villes, régions et pays hôtes. (Sauvageau, 1999 p.XVI)

Bien qu'on puisse reprocher l'intérêt purement financier qui motive ces décisions, cette stratégie n'est pas dénuée d'intérêt pour la main-d'œuvre des pays hôtes. Le Québec en est un bon exemple. Étant donné la taille réduite du marché québécois, la quantité de films qui peut y être produite est limitée, mais en attirant les « runaway productions » (productions délocalisées) et en cumulant les coproductions la main-d'œuvre spécialisée est en mesure de trouver du travail sans devoir quitter le pays<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Dans son « Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada » de 2012, l'*Association canadienne de la production médiatique [ACPM]* et al. (2012) confirme l'importance de l'apport financier étranger à l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle. Selon ce rapport, la valeur des productions étrangères réalisées au Canada ainsi que celles qui font appel à des services de production canadiens s'élève, pour l'année 2011-2012, à 1 675 millions de dollars. Les préventes et avances de distribution, qui représentent une



De plus, cela leur permet d'acquérir une excellente expérience en travaillant sur des projets d'envergure mondiale et d'ainsi se faire un nom dans l'industrie, de développer des réseaux professionnels et même, éventuellement, de travailler à l'étranger.

Grâce à l'expertise reconnue de la main-d'œuvre canadienne et les mesures gouvernementales mises en place, le Canada parvient à tirer profit de la mondialisation en attirant les productions étrangères et en signant un grand nombre d'accords de coproduction<sup>23</sup>. Cependant, cette expertise occasionne une hausse graduelle des salaires<sup>24</sup>, ce qui est positif pour les travailleurs, mais peut éventuellement nuire à l'intérêt financier, pour les industries étrangères, d'y exporter la production (malgré la qualité de la main-d'œuvre) ainsi que pour l'industrie québécoise qui est très sensible aux augmentations des coûts. Une trop grande hausse des salaires ou un simple changement de politiques pourrait bouleverser l'industrie locale.

L'inscription de la production cinématographique au sein du capitalisme semble ici très claire. Comme toute autre industrie, l'industrie cinématographique est aujourd'hui plus que jamais sensible aux incitatifs financiers provenant de l'étranger, notamment l'accès à une main-d'œuvre compétente à moindre prix. Si « [l]es frontières et autres entraves à la libre circulation des biens, services, moyens de

---

autre forme d'investissements étrangers dans la production canadienne, ont totalisé, selon les estimations de l'association pour l'année 2011-2012 toujours, 556 millions de dollars, soit 440 millions pour la télévision canadienne et 116 millions pour le cinéma canadien.

<sup>23</sup> Sur le site de Téléfilm Canada ([www.telefilm.ca](http://www.telefilm.ca)) on nous indique que le Canada a signé des traités de coproduction avec plus de 50 pays à ce jour alors qu'il n'en avait signé que 24 en 1995 selon Hoskins *et al.* (1995).

<sup>24</sup> Cette hausse des salaires affecte autant les productions étrangères que les productions locales. Une étude de la SODEC nous signale une hausse de 39% de la masse salariale moyenne par film de fiction de langue française entre 1993 et 2004. Celle-ci pourrait être due, comme l'indique l'étude, à une croissance de la taille des équipes, à une hausse des salaires suite au renouvellement des ententes collectives et, de manière cohérente avec notre hypothèse, à une hausse de l'expertise de la main-d'œuvre. (Houle et Jutras, 2006). Cette hausse de l'expertise peut être due à plusieurs causes, dont une expérience grandissante sur des productions de grande envergure.

production et travailleurs sont [...] perçues comme empêchant le marché d'atteindre ses équilibres "naturels" » (Guédon, 2004 p.212), il semble que l'intervention gouvernementale sous forme d'incitatifs financiers fasse exception, ceux-ci étant fortement appréciés par les entreprises étrangères : elle leur permet d'abaisser les coûts et de réduire le risque financier. D'ailleurs, ces incitatifs expliquent souvent le choix du pays coproducteur lorsqu'un film est coproduit, bien que d'autres facteurs doivent être pris en compte (tels que la taille du marché potentiel<sup>25</sup> et, bien sûr, la cohérence au niveau du scénario).

L'exportation de la production cinématographique, au même titre que l'exportation de la production manufacturière semble donc fortement inscrite au sein du processus de globalisation. L'origine de l'entreprise de production ne correspond plus toujours au pays de conception ou de réalisation du produit. La notion d'origine des films semble ainsi perdre quelque peu de son sens.

#### 4.2.3 Un marché de masse mondial

En plus de faciliter l'accès aux ressources humaines et matérielles étrangères, l'ouverture des frontières amène également les entreprises à concevoir le monde comme marché de masse, car elles peuvent introduire sur le marché international leurs produits si elles les jugent suffisamment compétitifs et intéressants pour la clientèle étrangère.

Les entreprises peuvent aujourd'hui plus facilement s'immiscer sur les marchés étrangers et devenir de puissants concurrents aux entreprises locales si elles parviennent à développer de bonnes stratégies. La création de filiales de distribution

---

<sup>25</sup> Entre ce que Creton (1997) appelle « cinéma-monde », c'est-à-dire les films visant le marché mondial, et le cinéma « identitaire », les coproductions visent à offrir des films dont le marché potentiel ne se limite pas aux frontières d'un seul pays. L'apport de chaque pays coproducteur est censé, dans le meilleur des mondes, contribuer au succès du film sur leur territoire. Ce n'est cependant pas souvent le cas et certaines coproductions répondent à des objectifs autres, notamment réduire les coûts de production en bénéficiant des mesures fiscales étrangères.

par les *majors* dans les marchés étrangers convoités leur a permis de se transformer progressivement en de grands groupes internationaux et d'assurer la distribution de leurs productions (Ménard, 2013). Par exemple, au Canada, les États-Unis sont parvenus à maximiser leur contrôle sur le marché d'exploitation local par la création de filiales canadiennes. Ces filiales des grands studios hollywoodiens sont ainsi devenues membres de l'*Association canadienne des distributeurs de films* [ACDF] (aujourd'hui devenue l'*Association cinématographique – Canada* [MPAC])<sup>26</sup>. La MPAA s'assure ainsi, à travers ces filiales, une grande influence sur l'industrie cinématographique canadienne et sur les politiques gouvernementales mises en place. Elle considère d'ailleurs le Canada comme étant un marché domestique (Poirier, 2004).

Nous remarquerons qu'au cinéma la mondialisation permet une plus grande facilité d'accès aux films étrangers, particulièrement avec l'essor du numérique, mais que ce ne sont généralement que les films au potentiel commercial important qui parviennent à franchir les frontières<sup>27</sup>. La limite n'est pas ici au niveau de la frontière physique, mais plutôt au niveau de la frontière culturelle et aux limites de la demande, celle-ci n'augmentant pas au même rythme que l'offre<sup>28</sup>.

---

<sup>26</sup> L'ACDF a changé son nom en 2011 pour devenir l'« Association cinématographique – Canada » (Motion Picture Association – Canada), soulignant ainsi son lien avec la MPAA. Elle se présente comme étant « [...] le porte-parole et le défenseur des grands producteurs et distributeurs internationaux de films, divertissements à domicile et émissions de télévision au Canada ». Soulignons qu'il est écrit « au Canada » et non pas « du Canada » et qu'il est spécifié qu'elle ne représente que « les grands » producteurs et distributeurs. L'association représente les studios suivants : *Walt Disney Studios Motion Pictures*, *Paramount Pictures Corporation*, *Sony Pictures Entertainment Inc.*, *Twentieth Century Fox Film Corporation*, *Universal City Studios LLC* et *Warner Bros. Entertainment Inc.* (Association Cinématographique – Canada, 2011)

<sup>27</sup> Le classement des 20 films de long métrage ayant obtenu le plus grand succès dans le monde de 2007 à 2009 par l'Institut de statistique de l'UNESCO [ISU] (2012) illustre très bien cette tendance. Les conclusions du rapport vont effectivement dans ce sens, on y affirme que ce classement « [...] montre à la fois la concentration de la popularité autour des superproductions du haut de la liste et une diversité croissante des films entre les différents pays dans le bas de la liste. » (p.6)

<sup>28</sup> En effet, selon les données disponibles sur le site de l'OCCQ (2013a), l'assistance dans les salles de cinéma québécoises serait à la baisse depuis plusieurs années et le taux d'occupation des



Afin d'assurer la survie de l'industrie cinématographique locale, il semble aujourd'hui nécessaire de percer le marché étranger. Même pour les Américains, dont le large marché intérieur suffit généralement à rentabiliser pleinement les films, il devient parfois nécessaire d'accéder aux marchés extérieurs. En effet, selon Fischer (2004), l'important budget investi dans la création d'une superproduction (plus de 100 millions de dollars) nécessite l'accès garanti aux marchés extérieurs « [...] pour assurer le rendement des investissements et des profits capables de compenser les risques, voire les pertes sur les films qui échouent » (p.41). Néanmoins, percer les marchés étrangers n'est pas chose facile et ce n'est souvent que les très grands joueurs qui ont les moyens d'en tirer profit.

While internationalization serves to expand markets for films and hence should provide growth opportunities for small film-producing countries, in reality, the last century's internationalization of the film industry has been a tale of the dominance of a very limited number of countries on export markets. (Lorenzen, 2008 p.5)

Ceci est dû à l'importance des coûts des campagnes marketing et de distribution pour chaque marché visé. Afin de rejoindre le public désiré, il est nécessaire de segmenter les marchés ainsi que de doubler les films, ou au moins de les sous-titrer, et la facture finale est donc plutôt salée. Investir une telle somme sans garantie de succès étant donné l'imprévisibilité de la demande est très risqué pour les petites entreprises et les industries nationales modestes, c'est ce qui explique les propos de Lorenzen (2008) cité précédemment.

Faute de moyens, c'est par la reconnaissance internationale, à travers les festivals et les marchés, que les producteurs de films indépendants tentent de percer les marchés

---

cinémas pour l'année 2012 serait le plus bas depuis que l'indicateur existe (c'est-à-dire depuis 1985) avec un taux de 11 %. Pourtant, comme le démontre le rapport 2013 de ce même organisme (OCCQ, 2013b), l'offre de films présentés en salles, malgré la désertion progressive de celles-ci, stagnerait autour de 600 films depuis les années 2000 pour ensuite connaître une soudaine hausse en 2012 avec 818 films présentés. Cette hausse serait expliquée par la croissance du nombre de films présentés dans les établissements de type répertoire. L'écart entre l'offre et la demande tend ainsi à s'agrandir.

étrangers, mais il n'est cependant pas garanti qu'un succès en festival génère un succès commercial, ni même un contrat de distribution, car il faut également veiller à des conditions de sorties optimales pour générer un certain nombre d'entrées (Ménard, 2013). Si *C.R.A.Z.Y* (2005) a connu un important succès en France, c'est parce qu'il a été fortement médiatisé<sup>29</sup>. Le film a fait l'ouverture de Cinéma du Québec à Paris, il a été présenté lors de cinq ou six projections de presse quelques semaines avant sa sortie en salles, on a fait venir l'équipe du film pour faire des interviews, on a investi dans de l'affichage, etc. Peu de films québécois ont été distribués en France avec de tels moyens, les budgets de distribution étant limités. Il n'est donc pas si simple de tirer profit de l'ouverture des frontières en exportant les productions locales, cela nécessite d'importants moyens et l'élaboration de stratégies solides.

[Le Québec et le Canada] demeurent encore dans pratiquement tous les domaines, de nets importateurs de produits culturels étrangers (sauf, dans le cas du Québec, pour la télévision), avec des niveaux d'importation pouvant atteindre parfois plus de 95 %, comme dans le domaine du cinéma par exemple. Il faut donc prendre garde de ne pas céder à la tentation de tout miser sur l'exportation alors que la préservation d'une présence dynamique sur le marché domestique demeure un combat de tous les jours. Une vision équilibrée des objectifs du Québec sur la scène culturelle internationale est donc de mise. (Bernier, 2000 p.25)

Les entreprises de l'industrie cinématographique canadienne et québécoise doivent ainsi savoir jumeler des objectifs sur le plan local et d'autres sur le plan international. Elles doivent savoir tirer profit au maximum des opportunités qu'offre l'accès aux ressources étrangères tout en maximisant leur présence sur leur propre territoire, où il est peut-être plus facile de développer un marché stable qui pourra éventuellement servir de tremplin aux productions locales.

---

<sup>29</sup> Le film *C.R.A.Z.Y* (2005) de Jean-Marc Vallée a réalisé 785 634 entrées au Québec (le plaçant en 9<sup>e</sup> position du palmarès des films québécois de 1985 à 2012) (OCCQ, 2013) et 417 135 entrées en France (OEA, 2013).



#### 4.2.4 Synthèse : un nouveau rapport au Monde

L'intensification de la circulation humaine et matérielle à l'échelle mondiale est ainsi synonyme de changements pour l'industrie cinématographique. L'abolition des frontières permet une plus grande mobilité des travailleurs et de la production et facilite l'accès aux marchés étrangers, même si certaines barrières à l'entrée demeurent. Malgré les avantages que peuvent apporter ces changements, il demeure que ce sont généralement les acteurs les plus puissants de l'industrie mondiale du cinéma qui parviennent à tirer leur épingle du jeu. Ceux-ci ont les moyens de financer des stratégies de recrutement et de distribution à l'échelle mondiale alors que les petites entreprises doivent parvenir à trouver (ou à construire) des chemins alternatifs pour y parvenir.

Ces changements affectent l'industrie cinématographique québécoise à de multiples niveaux. D'un côté, ils favorisent le développement d'une expertise locale en permettant à la main-d'œuvre de travailler à l'année grâce aux productions locales, aux coproductions et aux « runaway productions ». Cette expertise étant convoitée, elle favorise une augmentation des salaires, ce qui augmente les coûts de production puisqu'une grande partie de ceux-ci sont consacrés à la main-d'œuvre<sup>30</sup>. L'industrie québécoise demeure cependant vulnérable puisqu'elle est dépendante en grande partie des apports financiers étrangers. Au niveau de la distribution, la mondialisation favorise une forte présence des productions étrangères, notamment des superproductions, sur le marché local sans que l'industrie québécoise ait les moyens, elle aussi, de profiter de l'exportation pour compenser ces pertes de parts de marché. L'industrie accorde ainsi une importance grandissante à la présence des films québécois à l'étranger via les grands festivals (tels que le *Festival de Cannes*, la *Biennale de Berlin*, la *Mostra de Venise*, le *Festival de Locarno*, etc.) et des

---

<sup>30</sup> D'après une étude de Houle et Jutras (2006), la masse salariale représente, pour la période 2002-2004, 53% des coûts de production et elle aurait tendance à croître légèrement plus rapidement que les coûts totaux.

cérémonies de remises de prix, notamment les *Oscars*, afin de parfaire sa réputation et, éventuellement, générer des retombées économiques.

#### 4.3 Mise en concurrence des États

##### 4.3.1 Vers une économie de libre marché en culture

Le processus de mondialisation actuel modifie le rôle de l'État et restreint son pouvoir dans de nombreux domaines. Bien qu'il conserve une grande partie de ses fonctions régaliennes (défense, justice, monnaie) son pouvoir d'intervention tend à diminuer avec la montée de l'idéologie néolibérale. On remarque par exemple une réduction des droits de douane, des barrières non tarifaires et du droit de battre monnaie (comme en témoigne l'instauration de l'Euro en Europe).

Selon les principes du libéralisme qui régissent cette nouvelle économie mondiale, il serait possible d'atteindre un optimum économique et social en abaissant le poids de l'intervention étatique dans l'économie. Pour ce faire, l'État doit favoriser l'initiative privée, par la réduction des impôts sur bénéfices industriels et commerciaux et par l'élimination des subventions pour favoriser la concurrence, ainsi qu'alléger les législations, réglementations et procédures bureaucratiques. Le respect de ces règles du libre marché doit être privilégié dans tous les secteurs de l'économie, dont le secteur culturel, pour assurer le bien-être de tous et la puissance de l'État. « La clé du pouvoir n'est plus la puissance militaire, mais la position respective de chaque État sur le marché mondial » (Beck, 2003 p.123). La légitimité du rôle de l'État comme régulateur est ainsi ébranlée, son intervention étant de plus en plus justifiée par des raisons économiques (comme la promotion du pays via le cinéma pour attirer les entreprises et favoriser le tourisme) au détriment des arguments politiques et sociaux. Les États se retrouvent ainsi à jouer les uns contre les autres pour attirer l'attention des grandes multinationales (Beck, 2003). Cette mise en concurrence des États occasionne une harmonisation des lois et règlements (afin de demeurer

concurrentiels) allant dans le sens d'un désengagement de l'État dans les sphères sociale et culturelle.

Dans un tel contexte, l'industrie cinématographique demeure source d'intérêt grâce à son attrait économique. Comme dans les autres secteurs de l'économie, on assiste à une déréglementation<sup>31</sup> du secteur et l'allègement du fardeau fiscal afin d'attirer les tournages et les capitaux étrangers. On cherche ainsi à diminuer l'importance des interventions étatiques brimant le libre marché (Raboy *et al.*, 1994). Le soutien public aux productions locales en tant que moyen d'expression artistique à saveur nationale n'est plus aussi valorisé qu'autrefois, la rentabilité de l'industrie devenant de plus en plus une priorité.

En effet, au cours des années 1980, soit au début de la configuration globale, le gouvernement québécois a entrepris un processus de décentralisation et a exigé que les organismes et sociétés d'État assurent leur propre développement (Dansereau-Lavoie, 2008). En prenant ces décisions, le gouvernement priorisa le développement économique et la compétitivité en culture et contribua, comme l'affirme Paquin (2008), au processus de mondialisation. Ainsi, les États semblent se plier aux nouvelles règles du marché afin d'attirer les productions étrangères et exporter les productions locales<sup>32</sup>.

[...] la volonté d'exporter, de s'imposer sur la scène internationale, conjuguée à la circulation grandissante des produits culturels et à la libéralisation des marchés semblent effectivement avoir influencé les principes et les stratégies d'intervention en matière d'action culturelle publique (Dansereau-Lavoie, 2008 p.262).

---

<sup>31</sup> Tremblay (1990) définit la déréglementation comme étant « [...] un mouvement de révision de la réglementation actuelle guidée par un principe général, celui d'alléger le plus possible les contraintes qui pèsent sur les entreprises [...] » (p.27).

<sup>32</sup> La mise en place de mesures strictement industrielles, tels que les crédits d'impôt provincial et fédéral, illustre bien cette tendance.

Pour Raboy *et al.* (1994) les préoccupations des politiques gouvernementales canadiennes sont passées « [...] de l'apport des *institutions* culturelles à l'unité nationale, vers le développement économique des *industries* culturelles nationales » (p.57). De son côté, Bernier (2000) affirme que la logique d'intervention économique de l'État est passée d'une orientation basée sur des considérations sociales à une orientation visant principalement la satisfaction de la demande. Finalement, Sauvageau (1999) mentionne que nous ne pouvons plus vraiment parler de politiques culturelles, car il est aujourd'hui davantage question de politiques industrielles appliquées au secteur culturel. Il semble donc y avoir un virage incontesté de l'orientation des décisions gouvernementales dans le secteur culturel.

Notons que cette réévaluation de l'appui de l'État représente un important défi pour les petites entreprises locales qui ne peuvent prétendre atteindre un très large public et dont les productions sont souvent à orientation produit. La mondialisation se caractérise par d'importantes luttes de pouvoir et les acteurs allant à contre-courant devront y trouver leur place.

#### 4.3.2 Évolution des rapports de force

En nous inspirant des propos de Beck (2003), nous avons identifié trois groupes d'acteurs principaux impliqués dans le processus de mondialisation actuel : les États, les acteurs de l'économie mondiale et locale ainsi que les acteurs de la société civile mondiale et locale. Ces trois catégories d'acteurs sont très liées entre elles, les décisions des uns affectant la situation des autres, et leurs positions divergent fréquemment d'une catégorie d'acteurs à l'autre ainsi qu'au sein même de ces dernières. Il sera intéressant d'observer comment évoluent les jeux de pouvoir au niveau mondial et au niveau local, notamment en regard de l'État.



#### 4.3.2.1 Au niveau mondial

Bien que le Québec soit très impliqué dans le processus, les négociations des accords de libre-échange relèvent du gouvernement fédéral : les produits des industries culturelles faisant objet de commerce, ils font partie des biens et services encadrés par le GATT et l'OMC (Warnier, 1999). Ainsi, sans une position claire du Canada et de plusieurs autres pays pour une « exception » ou une « exemption » culturelle, la culture aurait été assimilée par le processus de mondialisation au même titre que toute autre marchandise. Une telle chose est cependant toujours possible étant donné les fortes pressions allant en ce sens, notamment des États-Unis.

Au Québec, le mouvement pour l'exclusion de la culture des accords de libre-échange a été particulièrement fort. De nombreuses associations professionnelles québécoises œuvrant dans la culture se sont regroupées au printemps 1998 afin de fonder la *Coalition pour la diversité culturelle*. Celle-ci fut rapidement rejointe par les associations canadiennes et devint « [...] l'un des porte-parole les plus efficaces et les plus influents du Canada » (Théoret, 2008b p.29). Le principal argument du milieu culturel canadien est qu'un accord de libre-échange porterait atteinte à la souveraineté culturelle canadienne. Malgré le succès de leur campagne, la culture ayant effectivement été l'objet d'une clause d'exemption culturelle, les États-Unis conservent une large marge de manœuvre puisqu'ils peuvent recourir à une clause de rétorsion leur permettant de compenser les pertes liées aux mesures protectionnistes canadiennes en culture par des représailles dans tout autre secteur de l'économie (Théoret, 2008b). Ceci semble expliquer en partie la grande flexibilité des mesures gouvernementales vis-à-vis l'industrie américaine. L'entente entre le 28 janvier 2008 entre la ministre de la Culture du Québec et la MPAA, en est un bon exemple. Par cette entente, le gouvernement québécois voulait faciliter l'accès des distributeurs aux films provenant de l'étranger et ainsi limiter l'emprise des entreprises de distribution états-uniennes sur le territoire québécois. Néanmoins, cette entente est truffée



d'exceptions, rendant la mesure beaucoup moins sévère que ce qu'il semblerait à première vue. Ainsi, comme l'affirme Fischer (2004), il semblerait qu'

[...] à quelques exceptions près, la multiplication des accords de libre-échange aussi bien globaux que bilatéraux et le triomphe de la politique actuelle d'ultralibéralisme [...] ont permis [aux Américains] de s'imposer presque partout sur la planète en rencontrant beaucoup moins de résistance légale que dans leur propre pays! (p.28)

Un regroupement de pays producteurs, c'est-à-dire la France, la Belgique, le Canada, l'Espagne, la Grèce et l'Italie, est parvenu en 1998 à exclure la culture de l'*Accord multilatéral sur les investissements* [AMI] (Théoret, 2008b). Le débat persiste néanmoins, chaque entente relançant les négociations. Ainsi, cette année encore, dans le cadre de la négociation sur le libre-échange entre l'Union Européenne et les États-Unis, treize pays d'Europe ont cosigné une lettre pour exclure la culture de l'entente (Le Monde, 2013) <sup>33</sup>. À chaque occasion, les États-Unis tentent de libéraliser la culture afin de favoriser le développement de leurs industries déjà imposantes. Les grands joueurs américains, grâce à leur puissance financière et par leur grande présence à l'étranger, possèdent de forts moyens de pression qui semblent influencer, malgré les mouvements contestataires, la structure et le fonctionnement des industries cinématographiques locales. Les grands acteurs de l'économie mondiale semblent ainsi avoir acquis une position de force vis-à-vis les États. Ils sont parvenus, comme nous l'avons démontré précédemment, à s'imposer dans les négociations portant les mesures gouvernementales québécoises.

#### 4.3.2.2 Au niveau local

Les rapports de force au sein des industries cinématographiques québécoises et canadiennes tendent à changer. Ces changements semblent souvent être liés à la nouvelle orientation, davantage économique, des programmes d'intervention en

---

<sup>33</sup> Les 13 pays ayant signé cette lettre sont les suivants : Allemagne, Autriche, Belgique, Bulgarie, Grèce, Espagne, Hongrie, Italie, Pologne, Portugal, Roumanie, Slovaquie et Slovénie. (Le Monde, 2013)

culture des gouvernements. En effet, de manière cohérente avec la perte partielle de l'intérêt des gouvernements envers l'aspect artistique et social du cinéma et le gain d'intérêt envers sa rentabilité potentielle, Poirier (2005) soutient que les producteurs, distributeurs et représentants des grands studios hollywoodiens ont acquis un plus grand poids politique au Canada lors de ces dernières années via le lobbying et la plus grande réceptivité des pouvoirs publics.<sup>34</sup> La politique du gouvernement fédéral en matière de longs métrages mise en place en 2000 illustre bien cette évolution des rapports de force en faveur des producteurs et distributeurs. Cette politique vise explicitement à privilégier ces derniers en poursuivant trois objectifs principaux : « [...] restructurer les programmes de soutien afin de récompenser le rendement (les films à succès et les entreprises de production bien établies); hausser les budgets moyens de production; assurer un soutien plus efficace à la mise en marché et à la promotion » (Poirier, 2005 p.9). Ainsi, comme l'affirme Poirier (2005), plutôt que de modifier la structure cinématographique, le fédéral a choisi d'aider les distributeurs dans la commercialisation des films, ce qui relève d'une approche économique du cinéma, et rejette l'instauration d'une taxe sur les recettes<sup>35</sup>.

Ce virage économique, dont une manifestation est l'instauration des enveloppes à la performance par Téléfilm Canada, est dénoncé par plusieurs cinéastes dans une lettre ouverte à Téléfilm Canada parue dans *Le Devoir* du 16 décembre 2003 et ensuite par l'ARRQ et le Conseil québécois de la guilde dans un communiqué du 21 janvier 2004. Alors que les premiers sont des artistes « [...] désireux d'inscrire leur pratique dans une perspective à plus long terme que le box-office immédiat qui tient lieu

---

<sup>34</sup> Selon Poirier (2005), l'ARRQ n'est pas parvenu à défendre et à promouvoir les intérêts de ses membres faute d'être parvenue à former « [...] une organisation structurée et efficace capable d'effectuer un lobbying soutenu auprès des institutions politiques et de développer un argumentaire cohérent et continuellement adapté aux nouvelles réalités » (Poirier, 2006 p.11), à l'opposé des associations de producteurs et distributeurs.

<sup>35</sup> Le refus systématique du gouvernement d'instaurer une taxe sur les recettes, qui servirait au financement de productions québécoises, démontre la grande influence du MPAA sur celui-ci. Les *majors* font pressions sur le gouvernement contre ces mesures qui réduiraient, bien que d'une somme minime, leurs revenus.

désormais de critère prioritaire pour évaluer un film à Téléfilm Canada » (Daudelin, 2004 p.15), les seconds réclament plutôt une juste part du gâteau dans le cas de succès d'un film, mais déclarent tout de même plus tard, en assemblée, être contre les enveloppes à la performance, peu importe pour qui (Daudelin, 2004). Comme Poirier (2005), ces différents groupes d'intérêts reprochent aux gouvernements de ne pas remettre en question la structure du circuit de la distribution dominée par les films états-uniens et d'ainsi endosser une approche commerciale du cinéma. Il faut dire que la présence des *majors* au Canada se fait beaucoup sentir. Celles-ci, grâce à leurs filiales canadiennes, sont parvenues à établir « [...] un système fortement hiérarchisé de programmation des films dans les salles avec, au sommet, les primeurs et les exclusivités américaines programmées depuis Toronto en accord avec Hollywood » (Poirier, 2005 p.4).

Les approches des différents groupes d'intérêt au sein de l'industrie canadienne (État, distributeurs, producteurs, créateurs) semblent donc défendre des intérêts divergents, mais ce sont les groupes « industriels » qui semblent accaparer une grande part d'influence auprès des gouvernements. Néanmoins, malgré certaines politiques controversées, tous reconnaissent que la présence d'organismes comme Téléfilm Canada et la SODEC sont nécessaires à la survie du cinéma au sein du petit marché que représente le Québec. Face à cette nouvelle forme d'industrialisation de la culture, passant par la valorisation du succès commercial, plusieurs craintes pour la diversité de l'offre cinématographique sont soulevées, car selon plusieurs auteurs, dont Creton (2009), la loi du marché ne permet pas une véritable liberté de choix au spectateur.

#### 4.3.3 Synthèse : la légitimité de l'intervention étatique mise en doute

Face aux mouvements de la mondialisation, les États n'ont d'autres choix que de s'adapter. Le modèle de l'*État-providence* s'en trouve fortement ébranlé, et c'est sous



forme de l'*État néolibéral* qu'il trouve maintenant de nouvelles sources de légitimité en optimisant et en légitimant les intérêts propres du capital (Beck, 2003).

In the current turmoil, the state has not abandoned all prerogatives in the areas of social security, public education and distributive justice. It is, however, increasingly becoming less of a universal dispenser of public aid and is tending increasingly to define itself as the partner and customer of industrial groups, themselves invested with the leading role in producing wealth, setting up collective infrastructures and creating jobs. (Lacroix et Tremblay, 1997d p.123)

Nous l'avons vu, en choisissant de satisfaire les exigences du néolibéralisme, notamment par la déréglementation, l'État accroit le pouvoir des acteurs de l'économie mondiale. Il en résulte un « conformisme économique », comme le mentionne Beck (2003), qui s'impose au-delà des frontières. Ce conformisme se manifeste, au sein des industries culturelles, par un désengagement de l'État. À titre d'exemple, nous pouvons mentionner des phénomènes actuellement en cours tels que la déréglementation du système de radiodiffusion, le financement accru de la télévision privée et la réduction du soutien à la télévision publique (Dumais, 2008). La transition vers l'État néolibéral n'est pas simple et est toujours en cours. Elle nécessite une restructuration des programmes gouvernementaux en respectant la logique du libre marché : « [...] le secteur privé doit s'occuper de la production des films, avec l'aide de l'État, sans que l'État dirige, influence ou modifie quoi que ce soit au sein de la production, distribution et de la diffusion des films » (Poirier, 2005 p.13). Le rapport de l'État à la culture se voit ainsi changé.

Cette période de transition est parfois source d'incohérences, la ligne directrice étant difficile à cerner. C'est entre autres ce que mentionnent Bernier et Atkinson (2000) lorsqu'ils écrivent que certaines pratiques des États ne font pas de sens. « [...] l'État se substitue ou s'allie trop souvent aux entreprises privées nationales dans une logique purement commerciale sous le couvert de protéger et promouvoir l'identité et la culture nationales » (Bernier et Atkinson, 2000 p.19). L'État peut difficilement

justifier des mesures protectionnistes au nom de la portée culturelle et sociale du cinéma alors qu'il développe des mesures à visées purement industrielles et commerciales. En procédant ainsi, il risque de perdre une grande part de sa crédibilité dans les négociations futures. Les politiques économiques mondiales changent les rapports de force et laissent peu de place aux structures hybrides jumelant interventionnisme et libre marché. La position du Québec et du Canada est encore peu claire, notamment en regard du secteur culturel, mais ils semblent vouloir tirer profit des possibilités qu'offre l'ouverture des marchés.



## CHAPITRE V

### DIVERSITÉ DE L'OFFRE CINÉMATOGRAPHIQUE

Au chapitre précédent, nous avons analysé comment le processus de mondialisation actuel transforme la structure de l'industrie cinématographique québécoise. Le premier phénomène clé, la financiarisation, favorise la concentration des entreprises, pousse les dirigeants à réduire le niveau de risque lié aux projets et à en maximiser la rentabilité. Elle renforce la domination des entreprises les plus puissantes. Le second phénomène clé, l'intensification de la circulation humaine et matérielle, augmente la mobilité de certains travailleurs créatifs et techniques, favorise la vente de concepts à l'international et amène les entreprises à investir dans des productions visant d'emblée le marché mondial. Le troisième phénomène clé, la mise en concurrence des États, favorise le développement d'une économie de libre marché en culture et donne beaucoup de pouvoir aux acteurs économiques au détriment de celui de l'État.

L'objectif du présent chapitre est d'évaluer comment ces transformations peuvent affecter la diversité de l'offre cinématographique au Québec. Selon notre hypothèse de départ, les récents changements structuraux au sein de l'industrie cinématographique favorisent une homogénéisation progressive, mais limitée, de l'offre cinématographique. Ce chapitre nous permettra de vérifier cette hypothèse.

Comme nous l'avons mentionné au chapitre II, il est difficile de mesurer de manière satisfaisante le niveau de diversité, ce concept étant trop complexe à circonscrire à un nombre limité de variables. Ainsi, sans pour autant dresser au portrait de l'évolution

de l'offre cinématographique au Québec en terme de variété, de disparité et d'équilibre (variables identifiées par Benhamou et présentées au chapitre II), nous avons choisi de baser notre analyse sur les conditions que nous jugeons nécessaires au maintien d'une diversité. Nous regroupons ces conditions en deux catégories : la nécessaire accessibilité à des mécanismes de production et la nécessaire accessibilité à des espaces de diffusion. Bien sûr, nous n'insinuons pas que tous les projets doivent se réaliser, l'offre dépasserait beaucoup trop la demande, nous soutenons seulement que les mécanismes qui permettent aux projets de se réaliser doivent être accessibles et permettre aux projets qui se démarquent (par leur thème, leur scénario, leur équipe, etc.) d'être réalisés et diffusés. Nous devons donc nous demander comment les changements identifiés au chapitre IV affectent l'accessibilité à la production et à la diffusion, ceci dans l'objectif de répondre à notre question spécifique de recherche : comment le processus de mondialisation actuel, par les changements structuraux qu'il induit au sein de l'industrie cinématographique, affecte-t-il la diversité de l'offre cinématographique au Québec?

## 5.1 Évolution de l'offre cinématographique au Québec

### 5.1.1 Produire en fonction des préférences révélées des consommateurs

Une des conséquences du processus actuel de mondialisation sur l'industrie cinématographique québécoise, telle qu'identifiée au chapitre précédent, est la tendance, au sein de cette industrie, à favoriser une approche commerciale du cinéma au détriment des approches sociales ou culturelles. En effet, la domination renforcée des entreprises les plus puissantes, la vision du monde comme occasion de maximiser le rendement des productions (par l'emploi de main d'œuvre et de concepts d'origine étrangère et par la diffusion dans un grand nombre de pays) ainsi que le gain de pouvoir des acteurs économique, sont tous des facteurs qui favorisent l'adoption d'une approche commerciale du cinéma par l'industrie québécoise. Nous tenterons, dans cette section, d'évaluer comment la prédominance de cette approche peut

affecter le contenu des productions cinématographiques québécoises ainsi que l'offre en salles.

Soulignons d'abord que l'approche commerciale du cinéma tend à lier de manière de plus en plus directe la production et la diffusion. En effet, puisque l'objectif principal des entreprises québécoises produisant des films à orientation marché est de boucler leur budget, les préférences des consommateurs influencent grandement les critères de sélection des projets<sup>36</sup>. L'aval de la filière impulse ainsi une logique de rationalisation aux acteurs en amont de cette même filière. Or, les films les plus populaires en salle, comme l'illustre le palmarès présenté sur le site de l'OCCQ (OCCQ, 2013a), sont les films de « divertissement », notamment hollywoodiens<sup>37</sup>. Ces films vont rejoindre un très large public et, lorsqu'ils se révèlent être un succès, rapportent énormément à la fois aux exploitants et aux distributeurs. De plus, les consommateurs attirés par ce genre de films sont généralement des amateurs des « à-côtés » qu'offre les cinémas (tels que le maïs soufflé, les confiseries, les arcades, etc.), ce qui est très payant pour l'exploitant, et sont souvent prêts à payer plus cher leur billet pour vivre une véritable « expérience cinématographique », la popularité des projections 3D et des salles D-Box, IMAX, IMAX 3D et Ultra AVX en témoigne<sup>38</sup>. Les producteurs, distributeurs et exploitants ont ainsi de forts incitatifs

---

<sup>36</sup> Bien évidemment, toutes les entreprises de production espèrent boucler leur budget, mais celles à orientation produit n'adaptent pas leurs productions à cette fin. Notons également qu'étant donné l'étroitesse du marché québécois, même les entreprises à orientation marché ne visent pas la rentabilisation de leurs productions comme le font les entreprises états-uniennes. Selon Ménard (2012), au Québec, « [c]onsidérant la mécanique du partage des recettes, il faudrait atteindre des recettes en salles de plus de 6 millions de dollars par film en moyenne pour couvrir [les coûts de production et de distribution], une somme inimaginable » (p.136). Le cinéma n'est ainsi pas une activité rentable au Québec.

<sup>37</sup> À titre illustratif, selon le palmarès de l'OCCQ (2013a), les 10 productions suivantes sont celles ayant généré le plus d'entrées en salle: *Avatar* (2009), *De père en flic* (2009), *La Saga Twilight : La Tentation* (2009), *Harry Potter et les reliques de la mort (2<sup>ème</sup> partie)* (2011), *La Saga Twilight : L'hésitation* (2010), *Harry Potter et le Prince de Sang-Mêlé* (2009), *Harry Potter et les reliques de la mort (1<sup>ère</sup> partie)* (2010), *L'ère de glace – L'aube des dinosaures* (2009), *Transformers – La revanche* (2009) et *Les Schtroumpfs* (2011).

<sup>38</sup> Ce phénomène étant relativement récent, il n'existe aucune donnée sur la part des projections que représentent celles faisant usage de ces technologies. Une simple visite au cinéma ou un coup

financiers à sélectionner des productions de ce type, car elles s'avèrent souvent être les plus rentables pour toute la filière en cas de succès.

Par contre, en répondant aux préférences révélées des consommateurs (basées sur leur historique de consommation), les entreprises limitent l'accès aux mécanismes de production et de diffusion à toute production qui ne répond pas aux standards supposément « générateurs de succès » de l'industrie. Ceci est d'autant plus vrai dans le contexte de concurrence oligopolistique qui s'impose à l'échelle internationale. L'industrie produirait alors uniquement ce qu'elle juge « utile » d'offrir :

[...] la concurrence, loin de diversifier, homogénéise, la poursuite du public maximum conduisant les producteurs à rechercher des produits *omnibus*, valables pour des publics de tout milieu et de tous pays, parce que peu différenciés et différenciant [...]. (Bourdieu, 2001 p.78)

Bernier (2000), dont les propos sont semblables à ceux de Bourdieu cité ci-haut, ajoute que ce mouvement « [...] sera d'autant plus prononcé que les produits venant de l'étranger pourront pénétrer sans entraves le marché intérieur » (p.7). Il souligne ainsi l'importance de l'exclusion de la culture des accords de libre-échange signés par le Canada (bien que les productions américaines soient déjà bien présentes sur le territoire).

Dans un tel contexte, l'intervention gouvernementale est régulièrement présentée, dans la littérature, comme seule garante de la diversité, ou du moins comme seul obstacle à l'homogénéisation de l'offre cinématographique. Creton (1997) fait partie de ces auteurs en faveur de l'intervention gouvernementale et pour qui l'offre

---

d'œil à une grille horaire nous permet néanmoins de constater la grande place qu'occupent ces projections dans les salles de cinéma commerciales.



cinématographique détermine la demande. Il cite en exemple l'industrie française, dont la part de marché du cinéma national est, il est vrai, relativement importante<sup>39</sup>.

En France, la croissance du cinéma français sur son marché à partir de 1993 est basée sur le succès d'une petite dizaine de films et non sur un ou deux films miracles. La remontée du cinéma français sur son propre marché s'explique par le développement d'une offre diversifiée. C'est l'offensive de l'offre qui est la clé du succès et elle passe par un accroissement de la diversité et de la quantité de films produits. Afin d'écarter les risques d'une économie de la rente fondée sur les talents reconnus, l'encouragement donné à l'émergence de la nouveauté porte ses fruits. (Creton, 1997, P.123)

Au Québec, il se produit entre 25 et 30 films par an, ce qui est peu comparativement à la France (où il se produit environ 180 films par an), mais demeure tout de même considérable si l'on considère l'écart de population (8 millions d'habitants au Québec contre 65 millions en France). On peut donc affirmer que le Québec exerce aussi une offensive de l'offre sans pour autant obtenir des résultats semblables à ceux de la France. Étant donné la taille restreinte du marché québécois et l'impossibilité de produire une centaine de films comme le fait la France, le succès de l'industrie cinématographique québécoise est déterminé par deux ou trois films seulement (Ménard, 2012), ce qui limite la part de marché potentielle du cinéma québécois. L'État doit donc agir sur les deux fronts : la production et la distribution.

### 5.1.2 Quelle place pour l'originalité?

Dans l'élaboration des mesures d'intervention, l'État doit veiller à offrir un soutien aux productions à orientation produit, car une industrie cinématographique orientée marché laisserait si peu de place aux productions alternatives, étant donné le faible intérêt financier qui y est lié, que Tremblay (1990) va jusqu'à parler d'une « relative asphyxie du potentiel de création [des] créateurs et [des] artistes » (p.17). Phénomène qui se voit amplifié par l'ouverture des marchés.

---

<sup>39</sup> Les films nationaux représentaient en 2009, en France, 36,8% des recettes. Au Québec, pour cette même année, les films nationaux représentaient 12,2% des recettes. (OCCQ, 2013a)



On peut prévoir qu'un accord de libre-échange qui s'appliquerait au domaine des industries culturelles accentuerait les déséquilibres actuels au lieu de les corriger : sans doute, quelques succès d'exportation québécois ou canadiens; mais dans l'ensemble, une présence encore plus massive des produits américains sur tous les réseaux de distribution et de diffusion au pays. (Tremblay 1990, p.26)<sup>40</sup>

Ainsi, l'évolution actuelle de l'industrie cinématographique québécoise semble favoriser la production de films de divertissement grand public et laisse peu de place à la véritable liberté créative. Parlant de la situation québécoise, Poirier (2005) parle alors de cinéma de « producteur » en opposition au cinéma d'« auteur ». La domination renforcée des entreprises les plus puissantes irait donc dans le sens d'une disparition progressive du cinéma « œuvre » au profit d'un cinéma « produit ».

Pourtant, certains auteurs soutiennent envers et contre tous que, face à la mondialisation, les grandes entreprises sont les plus aptes à soutenir une diversité des contenus cinématographiques. C'est le cas, par exemple, de Perrot et Leclerc (2008). Selon ces auteurs, la concentration des entreprises peut constituer un atout pour la diversité de l'offre, car les entreprises de grande taille sont en meilleure position pour faire face aux risques qui caractérisent l'économie du cinéma, notamment grâce à leur large catalogue de films. Avoir à leur disposition un portefeuille diversifié de films, combinant superproductions et *indies*, permet à ces entreprises de diminuer leur prise

---

<sup>40</sup> Il nous semble cependant important de mentionner qu'une domination des produits américains ou étrangers sur les écrans nationaux ne serait pas nécessairement synonyme d'extinction de l'industrie cinématographique québécoise. Dans certains cas, la création, la production, la postproduction et même certains aspects de la distribution et de l'exploitation seront tout de même réalisés par des acteurs locaux, particulièrement si la main-d'œuvre est de qualité. Les acteurs nationaux servent alors comme « [...] partenaires des pôles internationaux, dont ils distribuent ou diffusent les produits. Ces derniers trouvent donc leur intérêt à la bonne santé des marchés nationaux [...] » (Bouquillion, 2007 p.188). L'industrie locale aura cependant beaucoup moins de contrôle sur ce qu'elle produit et diffuse, c'est d'ailleurs déjà un peu le cas. En effet, comme nous l'avons vu, au Québec et au Canada, la présence des grands conglomérats étrangers est très marquée et laisse peu de contrôle aux industries locales, notamment en distribution, car le territoire Canadien est considéré par les grandes entreprises américaines comme faisant partie du marché domestique, c'est-à-dire que les droits de distribution au Canada sont inclus dans les accords de distribution pour l'Amérique du Nord. (Tremblay, 1990)

de risques, car les films à succès peuvent rattraper les pertes liées à d'autres productions.

Nous sommes en accord avec les propos de ces auteurs jusqu'à une certaine limite. Nous avons effectivement vu que les *majors* américaines possèdent des compagnies de production dites « indépendantes », mais cela semble plutôt être un moyen d'exercer un plus grand contrôle sur l'industrie. Les petites productions alimentent les *majors* en représentant un bassin de main-d'œuvre technique et créative dans laquelle elles peuvent ensuite puiser pour les projets de grande envergure. Les grandes entreprises sont donc effectivement garantes d'une certaine diversité en produisant un grand nombre de films dont le genre et le budget peuvent considérablement varier, mais cette diversité est limitée. Elle est limitée par les critères de sélection de l'entreprise, les films produits dépendant des préférences de celle-ci, et ne garantit pas que l'offre de films en salle soit représentative de la production, l'accessibilité variant d'un film à l'autre, selon le niveau d'investissement qui y est consacré en termes de promotion et de copies. Si une grande part de l'offre provient d'un faible nombre d'entreprises, alors l'offre cinématographique est fortement dépendante des choix de celles-ci et il est donc difficile de postuler qu'il y ait une véritable diversité.

De plus, bien que les propos de Perrot et Leclerc (2008) soient pertinents pour l'analyse de l'évolution de l'industrie cinématographique mondiale, ils peuvent difficilement être appliqués à l'industrie québécoise, car si certaines entreprises québécoises peuvent effectivement posséder un portefeuille diversifié de films, elles ne possèdent pas un « large » portefeuille de films comme c'est le cas pour les *majors*. Les entreprises québécoises n'ont pas les moyens de véritablement équilibrer leur niveau de risque étant donné le peu de films produits localement. Ainsi, même si seules les entreprises à orientation marché survivent au processus de mondialisation actuel, celles-ci n'auront pas les moyens d'investir dans des *indies* locales et les

grandes entreprises ne pourront ainsi pas soutenir la diversité de l'offre cinématographique.

En ce qui concerne les exploitants de salles, il n'est pas certain que la théorie de Perrot et Leclerc (2008) puisse y être appliquée. Les exploitants peuvent retirer un film de leurs salles si celui-ci n'attire pas suffisamment de clientèle à leur goût et le remplacer par un autre film à gros budget. Ils peuvent également réserver un très grand nombre d'écrans pour un seul film, comme ce fût le cas, par exemple, au cinéma *Banque Scotia Montréal* pour la sortie du film *Hunger Games : L'Embrasement* (2013). En date du 2 décembre 2013, ce film représentait selon le site [www.cinemamontreal.com](http://www.cinemamontreal.com) (*CinemaClock Canada Inc., 2013*), lors de sa deuxième semaine en salles, 25 des 54 projections, soit 46 % de l'ensemble des projections programmées par ce cinéma à cette date. Les 5 autres films se partagent ainsi les 29 projections restantes. Une telle situation n'est pas rare. « When a film opens particularly wide and one sees a print count in the range of over 7,000, there are almost always multiple prints in one location » (Ulin, 2010).

Les exploitants sont portés à offrir les films populaires sur de multiples plages horaires pour s'assurer de répondre aux exigences du consommateur. Ce dernier, comme l'explique Allison (2006), n'est pas fidèle aux salles de cinéma commerciales et base ses choix sur le niveau d'effort qui doit être consenti (déplacement, ajustement à la plage horaire, etc.).

One of the main reasons that multiplex cinemas are keen to play blockbusters [...] on a large number of screens is that they have found that there is less customer loyalty in the mainstream sector than there is for art houses. (Allison, 2006 p.88)

On assiste donc à une surreprésentation des superproductions dans les salles commerciales. Dans son article, Stewart (2013) souligne d'ailleurs l'explosion récente du nombre de superproductions sur les écrans. Il mentionne qu'à l'été 2013,



17 superproductions devaient sortir aux États-Unis entre mai et juillet (19 si on ajoute le mois d'août), ce qui représente, selon cet auteur, « [...] the most crowded release slate in recent memory ». La demande et le nombre d'écrans étant limités, il est certain que ces films n'atteindront pas tous le *box-office* espéré.

Dans ce contexte, les films québécois doivent, eux aussi, être particulièrement porteurs s'ils veulent être diffusés à grande échelle et courir la chance de rentabiliser une partie des coûts engagés. La pression à la performance se fait sentir même sur le marché domestique : les films à orientation produit éprouvent de plus en plus de difficulté à s'imposer.

[c]ela ne veut pas dire que des productions généralement associées à la catégorie « auteurs » ne sont pas présentées dans les cinémas « commerciaux ». Ainsi, les films de Bernard Émond sont parfois proposés dans certaines salles des grandes chaînes de cinéma. Toutefois, comparativement aux *blockbusters* québécois, ils sont globalement moins bien diffusés et atteignent relativement peu de spectateurs. (Poirier, 2012 p.114)

Cela génère un cercle vicieux. L'industrie peut-elle se renouveler et produire une offre diversifiée si elle est fondée sur les préférences des consommateurs alors que ceux-ci n'ont accès qu'à une minorité de films? Si les seuls cinémas accessibles sont de grands mégaplexes saturés par des superproductions?

Le libre marché cherche à satisfaire la demande des consommateurs, mais comme l'affirment Creton (1997) et Poirier (2012), il ne leur laisse pas une liberté de choix totale : les consommateurs doivent faire leur choix dans un cadre de contraintes et d'opportunités sur lequel il n'a aucun contrôle. « Ainsi, en plus d'une "première" sélection exercée sur le plan de l'offre (les films présentés ou non), une "seconde" sélection s'exercerait par les biais des préférences exprimées par les spectateurs » (Poirier, 2012 p.106). On peut donc déduire qu'une première sélection se fait à partir des préférences révélées des consommateurs, les entreprises se fiant aux succès

passés, et qu'une seconde sélection se fait par les consommateurs eux-mêmes, mais parmi les choix faits préalablement par les entreprises. Nous n'interrogerons pas davantage les motivations des spectateurs, mais il nous semble essentiel de comprendre les mécanismes déterminant l'offre. Nous en déduisons, comme l'ont fait Bernier et Atkinson (2000), qu'une industrie qui n'offre que les productions les plus potentiellement payantes restreint l'offre et, par le fait même, le choix. En conséquence, les productions à orientation produit seraient de plus en plus marginalisées, le public cible étant trop restreint et trop peu visible, pour susciter l'intérêt des grands acteurs.

Face à cette offre limitée, il est possible de croire à une réduction des standards de qualité des consommateurs à travers le temps. À propos du domaine de l'édition, Frank et Cook (1995) écrivaient : « If all publishers begin to publish slightly lower quality books with properties that make it easier to attract attention in the early going, the standards that define acceptable quality will begin to decline » (p.194). Cette volonté d'attirer rapidement une masse de consommateurs est également bien réelle, comme nous l'avons vu précédemment, dans le domaine cinématographique. La satisfaction du consommateur dépendrait donc de la qualité relative ("relative performance") du film plutôt que de sa qualité absolue ("absolute performance"). Ainsi, "[...] when studios move in tandem to accept small sacrifices in quality to gain greater early visibility, they inadvertently redefine the standards of acceptable quality. In the process they set in motion a cycle of similar trade-offs in future seasons" (Frank & Cook, 1995 P.194). Cette remarque nous semble un peu alarmiste, mais elle apporte quelques éléments de réflexion. Prenons par exemple les films de danse dont *Dirty Dancing* (1987), *Flash Dance* (1983) et *Footloose* (1983) sont de grands classiques. De nombreux producteurs ont repris le concept de ces films sans pour



autant y apporter des éléments d'innovation majeurs<sup>41</sup>. La « qualité absolue » (que nous comprenons comme étant l'apport d'éléments créatifs originaux) des films semble ainsi effectivement être discutable, mais les producteurs semblent toujours prêts à réutiliser la formule. Cette situation se répète pour de nombreux types de films, notamment les films de superhéros qui occupent régulièrement les écrans du Québec et dont le niveau d'originalité est très variable.

Ainsi, comme l'affirme Creton (2008a), le cinéma serait tombé sous l'emprise d'une logique de diffusion en opposition au primat d'une logique de création. Le processus actuel de mondialisation, en favorisant la prépondérance d'une approche commerciale au sein de l'industrie cinématographique québécoise, représente une menace pour la diversité de l'offre cinématographique. Au Québec, certaines institutions comme la SODEC et Téléfilm Canada peuvent agir comme contrepoids de cette tendance, mais leur influence est limitée face aux forces capitalistiques du marché. Nous sommes d'avis que nous n'assistons pas à une réelle homogénéisation de l'offre, mais plutôt à une croissance de l'écart (de budget, de revenus, de nombre de copies, etc.) séparant les productions des grands conglomérats et les productions plus modestes. La diversité de l'offre cinématographique n'est ainsi pas en péril, mais elle est tout de même négligée, une majorité des productions étant marginalisée.

### 5.1.3 Une industrie fracturée

Nous avons démontré au fil de ce mémoire que les grandes entreprises, devenues (ou devenant progressivement) multinationales intégrées verticalement et horizontalement, exercent un grand pouvoir sur le marché et monopolisent une grande partie des écrans commerciaux et de l'espace public, laissant peu de place aux entreprises et productions de moindre ampleur. On observe donc une rupture au sein de l'industrie entre les productions des grands joueurs et les productions

---

<sup>41</sup> Pensons à *Step Up* (2006), *Stomp the Yard* (2007) ou au film québécois *Sur le rythme* (2010) qui reprennent la formule devenue classique : un(e) jeune passionné(e) par la danse qui doit faire face à une série d'obstacles pour enfin réaliser son rêve.

indépendantes. Au Québec, cette rupture n'est pas totale et l'intervention étatique permet de fournir un certain soutien à l'industrie, mais si l'État va dans le sens d'un désengagement progressif dans le secteur culturel, cette fracture pourrait bien devenir une véritable crevasse. On retrouve d'un côté et de l'autre, comme l'expliquent Ménard (2013) et Bouquillion (2008), deux réalités de marchés bien différentes.

D'un côté, il y a les grandes entreprises devenues multinationales, faisant usage de stratégies multimédias d'emblée mondiales, réutilisant et recyclant des formules à succès, recrutant la main-d'œuvre reconnue, possédant d'importantes ressources financières et ayant comme objectif principal l'optimisation de la rentabilité financière des productions. Au Québec, même si une petite poignée d'entreprises utilisent certaines de ces stratégies, aucune ne se qualifie dans cette catégorie, les grands joueurs mondiaux étant tellement gros qu'ils sont hors d'atteinte, même pour les grands joueurs québécois. Ces derniers ne peuvent donc pas concurrencer les *majors* sur le marché mondial, mais en regard du marché québécois, les entreprises de distribution comme *eOne* demeurent très imposantes, car elles exercent un certain monopole.

De l'autre côté, on retrouve des entreprises de petite taille, spécialisées, dont le marché potentiel est restreint tout comme l'espace qui lui est consacré. Nous ajouterons que ces petites entreprises sont parfois éphémères, victimes de l'irréversibilité de leurs investissements dans des projets créatifs innovateurs, mais aux possibilités de diffusion limitées. On retrouve plusieurs entreprises de cette catégorie au Québec tels que *La distributrice de films* ou *Les films du 3 mars* en distribution et *Les films du tricycle* et *Micro\_scope* en production.

Ceci nous amène à constater une « [...] polarisation des contenus aux deux extrêmes des gammes de coûts et de nombre de consommateurs (*blockbusters* contre produits de niche) » (Bouquillion, 2008 p.280). Polarisation qui se fait tant au niveau mondial qu'au sein même de l'industrie québécoise. On assiste ainsi, au Québec, à une double

fracture, l'industrie locale reproduisant la fracture déjà fortement présente au niveau de l'industrie mondiale. Les enveloppes à la performance instaurées par Téléfilm Canada semblent d'ailleurs favoriser la formation d'une telle fracture au niveau local.

La coexistence des deux réalités de marché au sein de l'industrie québécoise devrait persister. Nous pouvons expliquer cela par deux facteurs.

Premièrement, parce que le secteur plus « créatif » alimente le secteur plus « commercial » en innovations (créateurs prometteurs, nouveau genre à fort potentiel, procédé technique original, etc.). Ceci permet aux grands joueurs de se renouveler en minimisant la prise de risque, d'assurer un contrôle sur l'industrie et d'éviter tout changement majeur qui pourrait affecter leur position de force. Faute d'avoir les moyens de posséder un large portefeuille de films, les grandes entreprises québécoises doivent compter sur les petites entreprises pour générer des innovations. Elles peuvent ensuite intégrer ces innovations dans leurs productions plus « mainstream ». C'est ce que Creton (2009) appelle une « pratique de gestion de l'innovation ».

Cette pratique de gestion de l'innovation est l'expression même d'une démarche qui vise à éviter le révolutionnaire et à assurer la conservation des valeurs qui sous-tendent le modèle, ainsi que les structures de celui-ci. Sa performance dépend de la qualité de la gestion dialectique *tradition-innovation*, et de la capacité de repérer, valoriser et intégrer des éléments de différences, d'étrangeté, voire de contradiction. [...] La mise en perspective historique de l'évolution du secteur cinématographique montre que la performance d'un système se caractérise par la capacité d'intégrer des éléments de divergence et de différenciation, tout en maîtrisant une efficacité productive fondée sur la normalisation. (Creton, 2009 p.35-36)

Deuxièmement, parce qu'il y aura toujours une demande, même si parfois petite, pour des produits alternatifs. Ce n'est pas parce qu'un film est réalisé avec un gros budget, qu'il utilise des vedettes et qu'il utilise des formules à succès qu'il sera

nécessairement bon et qu'il plaira à tous les consommateurs<sup>42</sup>. La popularité des festivals de cinéma démontre d'ailleurs l'intérêt de certains publics pour des films ayant une facture différente et parfois exotique.

La diversité repose donc sur l'atteinte d'un équilibre entre ces deux réalités de marché. C'est d'ailleurs ce qu'avance Creton dans son chapitre *Transformations des marchés, mutations industrielles et stratégies de filière* (2008b).

L'ambition est de parvenir à une situation qui permet l'existence d'un équilibre dynamique entre les productions destinées à un large public, nécessaire aux équilibres économiques et financiers du secteur cinématographique, et l'existence de structures indépendantes positionnées sur d'autres segments et participant très spécifiquement de son renouvellement. (Creton, 2008b p.206)

Plusieurs grandes entreprises, dont les *majors*, semblent avoir compris cette nécessité. C'est pourquoi plusieurs d'entre-elles, comme nous l'avons vu précédemment, sont propriétaires de compagnies de productions dites « indépendantes ». Ces entreprises peuvent néanmoins compter sur les films « vache à lait » que sont les superproductions. À l'opposée, une entreprise qui voudrait produire un grand portefeuille de films à orientation produit uniquement ne réduirait pas nécessairement ses risques puisque le succès des films de ce genre demeure modeste et ne pourra pas compenser les pertes liées à d'autres productions. Sans une aide gouvernementale, il est peu probable que des entreprises ayant de tels objectifs puissent garder la tête hors de l'eau, particulièrement avec la réduction de l'accès à des espaces de diffusion adéquats.

L'équilibre entre les deux marchés, pour être atteint, nécessite donc l'intervention gouvernementale. L'État québécois n'a pas la capacité de réparer la fracture mondiale, mais des mesures visant à réduire la fracture locale devraient être mises en

---

<sup>42</sup> Pensons, à titre d'exemple, aux films *Les Dangereux* (2002) et à *L'Empire Bossé* (2012) qui ont connu un important échec critique et n'ont cumulé respectivement que 89 308 et 20 478 entrées au Québec (OCCQ, 2013a).



place. Ces mesures doivent soutenir les entreprises à visée commerciale tout en aidant les entreprises de plus petite taille, dont les objectifs sont davantage culturels et sociaux (Lampron, 2004). Il faut éviter que ces petites entreprises se voient limitées dans leurs élans créatifs et dans leurs moyens d'accéder à un public par les contraintes opérées par les grandes entreprises sur le marché tout en gardant en tête que l'industrie canadienne est en grande partie dépendante des apports financiers étrangers<sup>43</sup>. Le défi que représente la mise en place de telles mesures est dû aux moyens limités que l'État peut ou veut consacrer à l'industrie cinématographique. Toute modification faite à la structure actuelle de l'industrie cinématographique québécoise est sujette à controverse, car les mesures favorisant un des pôles nuisent à l'autre pôle. L'État se retrouve toujours à prendre à l'un pour donner à l'autre, ce qui explique en partie la complexité de son intervention.

S'il est effectivement faux, comme l'affirment Perrot et Leclerc (2008), que les entreprises en situation oligopolistique sont inaptes à porter des projets innovants et ambitieux sur le plan culturel, il demeure, à notre avis, que les acteurs de taille modeste ou intermédiaire sont effectivement garants de la diversité culturelle, car ils garantissent une plus grande liberté créative à leurs équipes, hors des préoccupations monétaires et des soucis liés aux goûts du public. La double fracture qui divise de plus en plus ces deux réalités de marché nuit donc à la diversité de l'offre cinématographique.

## 5.2 La culture en mouvement

Nous avons jusqu'ici centré notre analyse sur les évolutions structurelles et économiques en cours au sein de l'industrie cinématographique québécoise. Il nous

---

<sup>43</sup> Les tournages étrangers représentent une importante source de revenus, particulièrement pour les villes comme Montréal, Toronto et Vancouver, car les dépenses (en main d'œuvre et en matériel) représentent d'intéressantes retombées économiques pour les provinces tout en fournissant du travail à la main d'œuvre locale. Notons cependant que le Québec est moins dépendant de ces tournages que Vancouver et Toronto, car la production locale y est beaucoup plus importante.



semblait cependant nécessaire, avant de conclure, d'apporter certains éléments quant aux effets de la mondialisation sur le processus créatif.

Nous avons étudié, au chapitre précédent, l'impact de la mondialisation sur la circulation humaine et matérielle à l'international et comment celle-ci affecte l'industrie cinématographique. Nous avons conclu que la mobilité des travailleurs représente à la fois une opportunité et une menace pour les travailleurs culturels, car la règle du « gagnant-rafle-tout » s'applique également à la main-d'œuvre. Une poignée de travailleurs parviennent à se distinguer des autres et à travailler de manière plus régulière<sup>44</sup>. Il nous semble cependant important de mettre de côté pendant un instant les aspects économiques de cette circulation des personnes pour nous intéresser à ses aspects sociaux et culturels.

La plus grande mobilité des personnes, facilitée par le développement des moyens de transport et de communication, favorise les échanges interculturels. La mondialisation

[...] entraîne dans presque tous les contextes nationaux l'intégration d'une multiplicité d'échanges multiculturels, prolongeant et entretenant ainsi une tendance aux affiliations culturelles multiples, qui est à l'origine de la « complexification » des identités culturelles. (Unesco, 2009 p.6)

Par cette « complexification », l'Unesco souligne comment la mondialisation change notre rapport à ce que nous entendons comme étant notre « identité nationale » et comment les échanges peuvent révéler de nouvelles expressions culturelles, ces dernières étant influencées par la diversité des cultures désormais accessibles. « Les processus de mondialisation permettent désormais des rencontres, des emprunts et des échanges culturels plus systématiques » (Unesco, 2009 p.9).

Ces échanges et la possibilité de posséder des identités culturelles multiples ou hybrides offrent de nouvelles possibilités de création, notamment en reflétant cette

---

<sup>44</sup> Selon Ménard (2012), la plupart des créateurs (réalisateurs et scénaristes) ne parviennent à réaliser un film qu'aux quatre ou cinq ans, il leur est donc difficile d'en vivre.

nouvelle réalité. La scène internationale répond à la volonté du créateur « [...] de se confronter à la production culturelle étrangère et dans son désir de se tailler une place sur la scène internationale. Elle est l'expression d'une volonté d'affirmation non seulement nationale mais aussi internationale [...] » (Bernier 2000 p.25). On assiste ainsi à un effacement des frontières imaginaires, à un changement dans le regard que portent les artistes sur leur pays et sur le monde.

La diversité culturelle se retrouve renforcée par la mobilité des personnes et du travail, phénomène amplifié par le processus de globalisation, car « [l]a diversité culturelle, tout comme l'identité culturelle, est l'affaire d'innovation, de créativité et d'ouverture à des influences nouvelles » (Unesco, 2009 p.6). L'arrivée du numérique facilite le partage et la découverte des cultures, mais la confrontation, à échelle humaine, apporte une dimension supplémentaire unique. Albornoz et Segovia (2013), suite à un atelier international sur le thème de *La protection et la promotion de la diversité audiovisuelle à l'ère numérique* soulignent eux aussi, l'importance de la mobilité des travailleurs pour le maintien de la diversité culturelle.

Comprenant que la mobilité des artistes et des interprètes culturels est une condition nécessaire à la diversité, complémentaire à leur présence dans les services numériques audiovisuels, il faut absolument mettre en place des instruments internationaux qui favorisent leur mobilité. (Albornoz et Segovia, 2013 p.4)

L'industrie doit s'adapter à l'évolution du regard des créateurs sur la société québécoise que permet, entre autres, cette mobilité. Le système de point établi par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens [BCPAC] semble aller dans ce sens. Celui-ci évalue un contenu comme étant « canadien » si l'équipe de création et de production est canadienne et non pas si le sujet est « canadien »<sup>45</sup>. Il espère éviter ainsi toute approche subjective, basée sur l'analyse de contenu. Le

---

<sup>45</sup> De plus, dans le cas des coproductions relevant d'accords internationaux, l'accès au titre de contenu canadien à 100% est automatique pour les crédits d'impôt.

BCPAC, par ses critères, laisse donc une grande liberté artistique aux créateurs tout en s'assurant que l'investissement public dans la production contribue au développement de l'industrie cinématographique canadienne. Le défi de telles mesures est de ne pas contribuer au repli de l'industrie canadienne sur elle-même.

[...] le système faisant la promotion du contenu canadien doit permettre d'atteindre les objectifs de la diversité culturelle afin de favoriser, d'une part, la viabilité de produits culturels en provenance de nombreux créateurs canadiens et, d'autre part, la diffusion de ces produits à la fois sur le marché intérieur et sur les marchés étrangers en faisant alors jouer la réciprocité de l'ouverture du marché canadien aux produits étrangers. (George, 2008 p.252)

La plus grande circulation des personnes permet ainsi au cinéma de se renouveler et aux identités de se redéfinir. Les films tels qu'*Incendies* (2011) de Villeneuve, *Monsieur Lazhar* (2011) de Falardeau, *Roméo Onze* (2011) de Grbovic et *Rebelle* (2012) de Nguyen, illustrent comment le cinéma québécois évolue.

Nous avons retenu deux formes d'ouvertures qui contribuent à l'évolution du cinéma québécois. La première est liée au métissage ethnoculturel qui caractérise de plus en plus la société québécoise. Le simple fait que des réalisateurs portant des noms comme « Grbovic » et « Nguyen » soient les auteurs de films québécois démontre comment le cinéma reflète les métissages et hybridations culturelles qui caractérisent aujourd'hui le Québec. La seconde forme d'ouverture est liée aux opportunités de travail à l'étranger. Celles-ci permettent aux créateurs de travailler dans un autre contexte, de s'ouvrir à d'autres cultures et de s'initier à d'autres approches du médium cinématographique. Ainsi, la mobilité des travailleurs et leurs origines culturelles multiples leur permet de jeter un regard extérieur, mais toujours aussi personnel, sur la société dans laquelle ils vivent et de refléter celle-ci dans leurs œuvres. La circulation des personnes favorise donc la diversité des contenus, qui ne va pas nécessairement dans le sens d'une cinématographie « nationale », mais qui offre une alternative au « cinéma-monde ». La coexistence des différentes

cinématographies est nécessaire à la diversité, car « [...] les films les plus “indépendants” comme les plus “commerciaux” sont porteurs de référents identitaires propres à une collectivité donnée » (Poirier, 2012 p.121). La représentation équilibrée des différents espaces nationaux, des différents États-Nation, ne semble plus être un critère adéquat pour la mesure de la diversité, car la coopération internationale doit être favorisée, tout comme le respect des multiples cultures présentes sur le territoire « national ».

En ce sens, la circulation des personnes à l'international, malgré le risque que peut représenter la « fuite de cerveaux », contribue au maintien de la diversité de l'offre cinématographique. Cependant, comme nous l'avons vu dans les sections précédentes, l'accès aux mécanismes de production et de diffusion est de plus en plus difficile pour les créateurs québécois en soif de liberté artistique. Ainsi, si des mesures adéquates sont mises en places pour donner une place aux productions à orientation produit et assurer un équilibre entre les deux réalités de marché, la globalisation pourrait permettre l'essor de créations originales et représentatives de l'état des sociétés.





## CONCLUSION

Le mandat que nous nous sommes fixé au début de ce mémoire était de comprendre quels sont les impacts du processus de mondialisation actuel sur la diversité de l'offre cinématographique au Québec.

Nous avons identifié, dans un premier temps, les phénomènes clés de la mondialisation qui semblent expliquer certains changements en cours au sein de l'industrie cinématographique québécoise. Selon notre analyse, la financiarisation des entreprises, l'intensification de la circulation humaine et matérielle à l'échelle mondiale ainsi que la mise en concurrence des États, sont tous des facteurs qui impulsent une logique de rationalisation financière à l'ensemble des acteurs de la filière. Cette rationalisation se caractérise par une concentration des entreprises, la croissance du pouvoir des acteurs économiques au détriment de celui de l'État et une approche surtout utilitaire de l'ouverture des frontières. Au Québec, ces changements favorisent l'exacerbation de la double fracture qui caractérise aujourd'hui l'industrie cinématographique québécoise. On retrouve, d'un côté, un accroissement de l'écart entre la taille des grands consortiums mondiaux et celle des grandes entreprises québécoises et, d'un autre côté, un accroissement de l'écart entre la taille des entreprises au sein même de l'industrie québécoise. Les entreprises de taille intermédiaire disparaissent progressivement en étant généralement absorbées par les grandes structures.

Nous avons constaté que l'accroissement de cet écart se reflète dans la production et, de manière plus problématique encore, dans la diffusion des œuvres cinématographiques. Les superproductions américaines dominent ainsi les écrans du

Québec, marginalisant les productions québécoises alors que les superproductions québécoises maximisent leur présence sur le temps d'écran restant, laissant si peu de place aux productions plus modestes que celles-ci doivent trouver des alternatives aux modes de distribution traditionnels. L'accès aux mécanismes de production et de diffusion n'est ainsi pas équitable.

Tout au long de ce mémoire, nous nous sommes intéressés davantage à la structure de la filière cinématographique, sans tenter d'arriver à caractériser de manière précise la nature de la diversité. Néanmoins, sans nous aventurer à essayer de quantifier les résultats de notre analyse, il nous semble pertinent de revenir sur les trois variables de la diversité identifiées par Benhamou (la variété, la disparité et l'équilibre) du point de vue de l'offre en salles. Chacune de ces variables semble affectée, d'une manière ou d'une autre, par les changements identifiés au sein de l'industrie cinématographique québécoise.

À titre d'exemple, la variété de l'offre fait l'objet de pressions contradictoires : d'un côté un faible nombre de films occupe une grande part des écrans (diminution de la variété) et de l'autre la durée de vie des films en salles est de plus en plus réduite, ce qui permet un plus grand roulement des films (augmentation de la variété).

De même, si l'approche commerciale du cinéma (sous forme de divertissement grand public) continue à s'imposer à travers le monde, le niveau de disparité se verra réduit. Certes, chaque film demeure un prototype (et est donc unique), mais avec la concentration de la production autour des « modèles à succès », on devrait remarquer la formation de certaines constellations dans un ciel où les étoiles devraient idéalement être uniformément réparties.

Enfin, c'est sur la dernière variable, l'équilibre, que devraient se refléter en grande partie les changements en cours. La double fracture occasionne un grand déséquilibre

dans la programmation des salles en donnant un poids surdimensionné aux superproductions.

Ainsi, sans offrir une analyse approfondie du niveau de diversité de l'offre cinématographique au Québec, nous avons identifié les facteurs à prendre en compte pour mieux en comprendre l'évolution.

Élément central de notre analyse, la découverte de la double fracture qui caractérise l'industrie québécoise et que nous avons identifiée comme conséquence de la mondialisation, répond à notre question de recherche : comment le processus de mondialisation actuel, par les changements structuraux qu'il induit au sein de l'industrie cinématographique, affecte-t-il la diversité de l'offre cinématographique au Québec? Elle confirme également notre hypothèse de départ. La diversité de l'offre cinématographique au Québec, particulièrement dans les circuits traditionnels, semble effectivement être menacée en faveur de productions plus « mainstream », mais nous ne pouvons conclure à une réelle homogénéisation de l'offre cinématographique au Québec puisque les circuits alternatifs, bien que de plus en plus marginalisés, continuent de fournir aux consommateurs intéressés et renseignés, des productions qui ne sont pas « grand public » et qui répondent à un impératif davantage social et culturel qu'à un impératif de divertissement. L'accès à ces productions, bien que réduit, est maintenu grâce à l'intervention de l'État qui continu, malgré les pressions pour son retrait de la sphère culturelle, à offrir une certaine protection à ce volet de l'industrie par ses différents programmes.

Grâce à l'intervention gouvernementale en culture, la production cinématographique québécoise demeure riche et variée, capable d'intégrer des éléments nouveaux, liés aux changements en cours au sein de la société québécoise. L'industrie québécoise est dynamique et la main-d'œuvre qualifiée, pourtant elle peine à s'imposer sur le marché local. Il semble donc que les difficultés que rencontre l'industrie résident dans l'accès aux mécanismes de distribution et de diffusion des œuvres



cinématographiques. L'État se montre cependant toujours aussi réticent à intervenir dans ce domaine, il s'agit peut-être là de la limite de son pouvoir vis-à-vis des grands acteurs économiques.

Notre étude, effectuée à partir d'une recherche documentaire combinant revues de littérature et recherches statistiques, nous a permis de réaliser une analyse riche et nuancée. Il serait néanmoins intéressant de compléter celle-ci à l'aide d'entretiens auprès des différents groupes d'acteurs: représentants de l'État, producteurs, distributeurs et, éventuellement, consommateurs. Ces entretiens nous permettraient de mieux comprendre ce qui motive, du point de vue des acteurs, les changements au sein de la structure de l'industrie. Notons également que l'objectif de ce mémoire n'était pas d'offrir une solution au grand débat sur la diversité, mais plutôt de jeter un regard sur les changements en cours au sein de l'industrie québécoise.

Un autre aspect qu'il serait pertinent d'approfondir concerne l'évolution des multiples réseaux de production et de distribution alternatifs. Une étude répertoriant et documentant ces réseaux nous permettrait de comprendre le fonctionnement de ces derniers et d'évaluer la pérennité potentielle de leur modèle. Ils représentent un moyen d'aborder un phénomène qui crée de grandes attentes, mais soulève aussi de grandes craintes : la numérisation des contenus à l'ère d'Internet. La multiplication des fenêtres de diffusion que permet cette évolution technologique offre-t-elle un support aux petites productions? Ou au contraire, par son étendue, favorise-t-elle la concentration de la consommation autour d'un faible nombre de titres ayant connu un succès en salles? La profusion de contenus désormais disponible sur Internet est-elle seulement, comme l'affirme Creton (2008b), un simulacre de la diversité?

Il s'agit d'une piste importante à explorer, puisque déterminante pour l'avenir du cinéma. Les acteurs de l'industrie doivent agir dès maintenant et développer les outils qui leur permettront d'assurer leur présence à l'ère du numérique. Ceux-ci peuvent résider dans la gestion des droits d'auteurs, dans la mise en place de moteurs de

recherche adéquats ou encore, comme l'affirment Alborno et Segovia (2013), dans la coopération internationale.

La coopération culturelle à l'échelle internationale, dans l'environnement analogique et dans le numérique, est une pierre angulaire de la protection et de la promotion de la diversité culturelle. Il est nécessaire lutter contre les intérêts nationaux défendus par les représentations des États-nations qui entravent la coopération culturelle, et de reprendre des initiatives conjointes telles que l'articulation des régions géolinguistiques. (Alborno et Segovia, 2013 p.4)

Notre mémoire apporte ainsi quelques éléments de réponse quant à l'effet des changements en cours sur la diversité de l'offre cinématographique, mais il nous était impossible de tenir compte de l'entière des facteurs caractérisant l'environnement actuel. Aborder le sujet de la numérisation et de la mise en ligne des contenus aurait certes été pertinent, mais il s'agit d'un objet de recherche très vaste à lui seul. Nous invitons donc les chercheurs à explorer la piste du numérique puis à examiner les effets combinés de ce phénomène avec ceux identifiés dans le cadre de notre mémoire.



## DOCUMENTS AUDIOVISUELS CITÉS

*À vos marques : party! 2* (D'Amours, 2009)

*À vos marques, party!* (D'Amours, 2007)

*Avatar* (Cameron, 2009)

*Bon Cop Bad Cop* (Canuel, 2006)

*C.R.A.Z.Y* (Vallée, 2005)

*Cruising Bar 2* (Ménard et Côté, 2008)

*Dans l'œil du dragon* (Chicoine et Gagnon, 2012 - présent)

---

*Dans une galaxie près de chez vous* (Desrosiers, 2004)

*De père en flic* (Gaudreault, 2009)

*Dirty Dancing* (Ardolino, 1987)

*En thérapie* (Gang, 2012 – présent)

*Flash Dance* (Lyne, 1983)

*Footloose* (Ross, 1983)

*Harry Potter et le Prince de Sang-Mêlé* (Yates, 2009)

*Harry Potter et les reliques de la mort (1<sup>ère</sup> partie)* (Yates, 2010)

*Harry Potter et les reliques de la mort (2<sup>e</sup> partie)* (Yates, 2011)

*Hunger Games : L'Embrasement* (Lawrence, 2013)

*Incendies* (Villeneuve, 2010)

*L'Empire Bossé* (Desrosiers, 2012)

*L'ère de glace – L'aube des dinosaures* (Saldanha et Thurmeier, 2009)

*La grande séduction* (Pouliot, 2003)

*La Saga Twilight : L'Hésitation* (Slade, 2009)

*La Saga Twilight : La Tentation* (Weitz, 2009)

*Lac Mystère* (Canuel, 2013)

*Le journal d'Aurélié Laflamme* (Laurence, 2010)

*Les 3 P'tits cochons* (Huard, 2007)

*Les 7 jours du Talion* (Podz, 2010)

*Les Bougon* (Avard, 2004-2006)

*Les Boys 4* (Mihalka, 2005)

*Les Dangereux* (Saïa, 2002)

*Les hauts et les bas de Sophie Paquin* (Blaimert, 2006-2009)

*Les Schtroumpfs* (Gosnell, 2011)

*Louis Cyr* (Roby, 2013)

*Monsieur Lazhar* (Falardeau, 2011)

*Omertà* (Dionne, 2012)

*Piché entre ciel et terre* (Archambault, 2009)

*Rebelle* (Nguyen, 2012)

*Roméo Onze* (Grbovic, 2011)

*Starbuck* (Scott, 2011)

*Step Up* (Fletcher, 2006)

*Stomp the Yard* (White, 2007)

*Sur le rythme* (Michaud, 2010)

*Transformers – La revanche* (Bay, 2009)

*Un souper presque parfait* (Zone 3, 2010 – présent)

## BIBLIOGRAPHIE

(2013). L.R.Q., chapitre C-18.1 Loi sur le cinéma En ligne. <[http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/C\\_18\\_1/C18\\_1.HTM%3E](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/C_18_1/C18_1.HTM%3E). Consulté le 13/05/2013.

Albornoz, Luis, et Ana Segovia (2013). Déclaration sur la protection et la promotion de la diversité culturelle à l'ère numérique. Universidad Carlos III de Madrid. Getafe (Madrid)

Allaire, Benoit, Martin Tétu, Catherine Hallé, Observatoire de la culture et des communications du Québec OCCQ et Institut de la statistique du Québec ISQ (2012). L'exploitation cinématographique. Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec [OCCQ]: 49 p

Allaire, Benoit, Martin Tétu, Josée Monty, Observatoire de la culture et des communications du Québec [OCCQ] et Institut de la statistique du Québec [ISQ] (2011). Production, financement, diffusion et patrimoine cinématographique. Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante. Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec [OCCQ]. 2: 79 p

Allison, Deborah. 2006. «Multiplex programming in the UK: the economics of homogeneity». *Screen*, no 1, p. 81 à 90.

Association canadienne de la production médiatique [ACPM], Association des productions de films et de télévision du Québec [APFTQ], Ministère du Patrimoine Canadien et Groupe Nordicité ltée (2012). Profil 2012. Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada. Association canadienne de la production médiatique [ACPM]: 90 p En ligne.



<[http://www.apftq.qc.ca/upload/fr/etude/Profil\\_2012.pdf%3E](http://www.apftq.qc.ca/upload/fr/etude/Profil_2012.pdf%3E). Consulté le 01/10/2013.

Association cinématographique - Canada. 2011. «À propos de nous». En ligne. <[Mémoire 33 avec mise en forme recto verso.doc](#). Consulté le 04/10/2013.

Atkinson, Dave. 1999. «L'américanisation de la télévision : qu'est-ce à dire ?». *Culture française d'Amérique*, p. 59-72. In *Érudit*. Érudit : <http://www.erudit.org/>. En ligne. <<http://www.erudit.org/livre/cefan/1999-1/000537co.pdf%3E>.

Augros, Joël. 2008. «Stratégie de distribution et marketing». In *Cinéma et stratégies: économie des interdépendances*, Laurent Creton, p. 51-62. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

Barrette, Pierre. 2004. «Le genre sans la différence : Le cinéma québécois à l'heure de la séduction». *24 images*, no 116-117, p. 8-11. In *Érudit*. Érudit : <http://www.erudit.org/>. En ligne. <<http://id.erudit.org/iderudit/753ac%3E>.

Beaud, Michel. 1999a. «Présentation». In *Mondialisation les mots et les choses*, Michel Beaud, Olivier Dollfus, Christian Grataloup et al., p. 7-14. Paris: Éd. Karthala.

-----, 1999b. «Sept questions transversales sur la mondialisation. Y a-t-il homogénéisation ou différenciation?». In *Mondialisation les mots et les choses*, Michel Beaud, Olivier Dollfus, Christian Grataloup et al., p. 207 à 247. Paris: Éd. Karthala.

Beck, Ulrich. 2003. *Pouvoir et contre-pouvoir à l'ère de la mondialisation*. Coll. «Alto». Paris: Aubier, 561 p.

• Benhamou, Françoise (2010). La légitimité et la méthodologie de la mesure de la diversité des expressions culturelles. Les expressions culturelles: approches novatrices et outils de collecte de données. Paris: 18 p En ligne. <[http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/IG\\_C/BenhamousPaperFR-final.pdf%3E](http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/IG_C/BenhamousPaperFR-final.pdf%3E).

Benhamou, Françoise, Stéphanie Peltier, Joëlle Farchy et Heritiana Ranaivoson (2012). Comment mesurer la diversité des expressions culturelles: application du modèle de diversité de Stirling à la culture; deux études de cas. Document technique, UNESCO-UIS. 6: 138 p En ligne. <http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/tp6-2012-stirling-culture-fr.pdf>

Bernier, Ivan (2000). Mondialisation de l'économie et diversité culturelle: les enjeux pour le Québec. Commission de la culture. Québec, Assemblée nationale du Québec En ligne. <http://www.assnat.qc.ca/fr/index.html>

Bernier, Ivan, et Dave Atkinson. 2000. *Commerce international et diversité culturelle : la recherche d'un difficile équilibre*. Ottawa: Centre canadien pour le développement de la politique étrangère, 45 p.

Bomsel, Olivier. 2006. «Après l'exception culturelle. Quelques règles économiques». In *Colloque Économie de la Culture* (Beaubourg, 13/01/2006), sous la dir. de Xavier Greffe. Beaubourg: Cerna, Centre d'économie industrielle.

Bournoux, Daniel. 1995. «Expression identitaire et communication moderne». In *Identités cultures et territoires*, Jean-Pierre Saez, p. 101-113. Paris: Desclée de Brouwer.

Bouquillion, Philippe. 2007. «Les industries de la culture, de l'information et de la communication dans le capitalisme». In *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Philippe Bouquillion et Yolande Combès, p. 173-197. Paris: L'Harmattan.

-----, 2008. *Les industries de la culture et de la communication : les stratégies du capitalisme*. Coll. «Communication, médias et sociétés». Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 306 p.

Bourdieu, Pierre. 2001. «La culture est en danger». In *Contre-feux 2 pour un mouvement social européen*, p. 75-91. Paris: Raisons d'agir.

Caves, Richard E. 2000. *Creative industries contracts between art and commerce*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, ix, 454 p.

Char, Antoine. 2008. «Au commencement était le NOMIC...». In *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Yves Théoret, p. 149-168. Montréal: Hurtubise HMH.

CinemaClock Canada Inc. 2013. «Cinéma Montréal». En ligne. <<http://www.cinemamontreal.com/fr/%3E>. Consulté le 02/12/2013.

Cineplex Divertissement. 2013. «Profil de l'entreprise». En ligne. <<http://www.cineplex.com/Corporate/Information.aspx%3E>. Consulté le 30/09/2013.

Colbert, François. sans date. «Les éléments des politiques culturelles». En ligne. <<http://www.gestiondesarts.com/index.php?id=379%3E>. Consulté le 14/03/2012.

Creton, Laurent. 1997. *Cinéma et marché*. Paris: A. Colin Masson, 254 p.

-----, 1999. *Le cinéma et l'argent*. Paris: Groupe de recherche en économie du cinéma et de l'audiovisuel. F. Nathan, 200 p.

-----, 2008a. «Le stratégique et la construction d'un avenir pour le cinéma». In *Cinéma et stratégies: économie des interdépendances*, Laurent Creton, p. 199-208. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

-----, 2008b. «Transformations des marchés, mutations industrielles et stratégies de filière». In *Cinéma et stratégies: économie des interdépendances*, Laurent Creton, p. 179-198. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

-----, 2009. *Économie du cinéma : perspectives stratégiques*, 4e éd. Paris: Armand Colin, 223 p.

ctvm.info (2013). Patrick Roy, président des Films Séville, réagit aux propos de Louis Dussault, de K-Films Amérique. ctvm.info. Montréal: 2 p En ligne. <[http://www.ctvm.info/article.php3?id\\_article=2852%3E](http://www.ctvm.info/article.php3?id_article=2852%3E).

Dansereau-Lavoie, Noémie. 2008. «De la culture aux industries culturelles: Réflexion sur le modèle culturel québécois». In *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Yves Théoret, p. 259-280. Montréal: Hurtubise HMH.

Daudelin, Robert. 2004. «Cinéma en crise, cinéastes en crise». *24 images*, no 116-117, p. 15-17. In *Érudit*. Érudit : <http://www.erudit.org/>. En ligne. <<http://id.erudit.org/iderudit/755ac%3E>.

De Vany, Arthur S. 2004. *Hollywood economics : how extreme uncertainty shapes the film industry*. London ; New York: Routledge, xvii, 308 p.

Deloumeau, Lydia. 2008. «La difficile mesure de la diversité des expressions culturelles». In *Diversité culturelle, identités et mondialisation : de la ratification à la mise en oeuvre de la convention sur la diversité culturelle*, Guy Lachapelle, p. 121-132. Québec: Les Presses de l'Université Laval.

Demorgon, Jacques. 2010. *Complexité des cultures et de l'interculturel : contre les pensées uniques*, 4e éd. rev. et augm. Paris: Anthropos : Économica, ix, 326 p.

Diouf, Abdou (dir.). 2004. *Diversité culturelle et mondialisation*. Coll. «Collection Mutations, no 233». Paris: Éditions Autrement, 360 p.

Dollfus, Olivier, Christian Grataloup et Jacques Lévy. 1999. «Le Monde: pluriel et singulier». In *Mondialisation les mots et les choses*, Michel Beaud, Olivier Dollfus, Christian Grataloup et al., p. 81-120. Paris: Éd. Karthala.

Dumais, Catherine. 2008. «La spécificité culturelle américaine». In *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Yves Théoret, p. 127-148. Montréal: Hurtubise HMH.



Entertainment One. 2012. «eOne Films». En ligne.  
<http://www.entertainmentonegroup.com/home%3E>. Consulté le 31/12/2012.

Fischer, Hervé. 2004. *Le déclin de l'empire hollywoodien*. Montréal: VLB, 166 p.

Flores, Renato G. (2005). L'argument de la diversité dans l'économie de la culture: quelques remarques. Diversité culturelle: les expériences françaises et brésiliennes. Paris, UNESCO Institute for Statistics: 11 p

Forest, Claude. 2008. «Mettre un film à l'affiche. Les stratégies des programmeurs». In *Cinéma et stratégies. Économie des interdépendances*, Laurent Creton, p. 15-32. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

Fortin, Fabienne, José Côté et Françoise Filion. 2006. *Fondements et étapes du processus de recherche*. Montréal: Chenelière éducation, xviii, 485 p.

Frank, Robert H., et Philip J. Cook. 1995. *The winner-take-all society : why the few at the top get so much more than the rest of us*. New York: Penguin Books, x, 272 p.

Frodon, Jean-Michel. 1998. *La projection nationale cinéma et nation*. Coll. «Collection "Le champ médiologique"». Paris: O. Jacob, 248 p.

Gagné, Gilbert. 2005. *La diversité culturelle : vers une convention internationale effective?* Saint-Laurent, Québec: Fides, 212 p.

George, Éric. 2008. «La politique de "contenu canadien" à l'ère de la "diversité culturelle" dans le contexte de la mondialisation». In *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Yves Théoret, p. 235-257. Montréal: Hurtubise HMH.

Gévaudan, Jean-Michel. 2008. «Films et salles: des affinités électives?». In *Cinéma et stratégies: économie des interdépendances*, Laurent Creton, p. 63-74. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.



Grandmont, Gérald. 2011. «50 ans de politique culturelle au Québec: 10 dates majeures qui ont marqué cette politique et questionnements pour l'avenir». In *50 ans d'action publique en matière de culture au Québec* (Montréal, 4-5 avril 2011), sous la dir. de Chaire de gestion des arts Carmelle et Rémi-Marcoux. Montréal. En ligne.  
[http://www.gestiondesarts.com/fileadmin/media/PFD\\_seminaires/Grandmont.pdf%3E](http://www.gestiondesarts.com/fileadmin/media/PFD_seminaires/Grandmont.pdf%3E).

Groupe d'intérêt scientifique pour l'étude de la mondialisation et du développement. 1999. *Mondialisation les mots et les choses* Trad. de: fr. Coll. «Hommes et sociétés». Paris: Éd. Karthala, 358 p.

Guédon, Jean-Claude. 2004. «La diversité au risque d'Internet». In *Diversité culturelle et mondialisation*, Abdou Diouf (dir.), p. 194-237. Paris: Éditions Autrement.

Higson, Andrew. 2000. «The Limiting Imagination of National Cinema». In *Cinema and nation*, Mette Hjort et Scott MacKenzie, p. 63-74. London ; New York: Routledge. En ligne.  
<http://proxy.bibliotheques.ugam.ca/login?url=http://www.myilibrary.com/?id=13856%3E>.

Higson, Andrew, et Ib Bondebjerg (dir.). 2000. «National Cinema(s), International Markets and Cross-Cultural Identities». In *Moving images, culture and the mind*, p. 205-213. Luton Angleterre: University of Luton Press.

Horkheimer, Max, et Theodor W. Adorno. 1974. *La dialectique de la raison fragments philosophiques*. Coll. «Bibliothèque des idées». Paris: Gallimard, 281 p.

Houle, Michel, et Dominique Jutras (2006). Étude sur l'évolution des coûts de production des longs métrages québécois de fiction de langue française de 1993 à 2004, SODEC: 66 p En ligne.  
[http://www.sodec.gouv.qc.ca/libraries/uploads/sodec/pdf/publications/evolution\\_cout\\_lm\\_2006.pdf%3E](http://www.sodec.gouv.qc.ca/libraries/uploads/sodec/pdf/publications/evolution_cout_lm_2006.pdf%3E). Consulté le 07/10/2013.

Hugon, Philippe. 1999. «L'évolution de la pensée économique et la mondialisation». In *Mondialisation les mots et les choses*, Michel Beaud, Olivier Dollfus, Christian Grataloup et al., p. 19-50. Paris: Éd. Karthala.

Institut de statistiques de l'Unesco [ISU] (2012). Des superproductions internationales aux succès nationaux: analyse de l'enquête 2010 sur les statistiques des films de long métrage. Bulletin d'information de l'ISU #8: 24 p En ligne. <http://www.uis.unesco.org/FactSheets/Documents/ib8-analysis-cinema-production-2012-fr.pdf%3E>. Consulté le 27/09/2013.

Jutras, Dominique (2002). Dix ans d'aide fiscale au cinéma et à la production télévisuelle au Québec. Les cahiers de la SODEC, SODEC: 18 p En ligne. [http://www.sodec.gouv.qc.ca/libraries/uploads/sodec/pdf/publications/cahier\\_aide\\_fisc.pdf%3E](http://www.sodec.gouv.qc.ca/libraries/uploads/sodec/pdf/publications/cahier_aide_fisc.pdf%3E).

Kébabdjian, Gérard. 1999. «Analyse économique et mondialisation ». In *Mondialisation les mots et les choses*, Michel Beaud, Olivier Dollfus, Christian Grataloup et al., p. 51-77. Paris: Éd. Karthala.

Kretschmer, Martin, George Michael Klimis et Chong Ju Choi. 1999. «Increasing Returns and Social Contagion in Cultural Industries». *British Journal of Management*, vol. 10, p. S61-S72.

Lachapelle, Guy. 2008. *Diversité culturelle, identités et mondialisation : de la ratification à la mise en oeuvre de la convention sur la diversité culturelle*. Québec: Les Presses de l'Université Laval, xiv, 269 p.

Lacroix, Jean-Guy. 1999. «Les politiques culturelles et de communication au Canada devant la tendance à l'américanisation: au mieux, un succès mitigé; dans les faits, un échec dramatique». In *Variations sur l'influence culturelle américaine*, Florian Sauvageau, p. 33 à 58. Sainte-Foy: Presses de l'Université Laval.

Lacroix, Jean-Guy, et Gaëtan Tremblay. 1997a. «Conclusion: From Fordism to Gatesism». *Current Sociology*, vol. 45, no 4, p. 115-128. En ligne. <<http://csi.sagepub.com/cgi/content/short/45/4/115%3E>.

-----, 1997b. «The Emergence of Cultural Industries into the Foreground of Industrialization and Commodification: Elements of Context». *Current Sociology*, vol. 45, no 4, p. 11-37. En ligne. <<http://csi.sagepub.com/cgi/content/short/45/4/11%3E>.

-----, 1997c. «Introduction: The 'Information Society', a Long-Held Dream». *Current Sociology*, vol. 45, no 4, p. 1-9. En ligne. <<http://csi.sagepub.com/cgi/content/short/45/4/1%3E>.

-----, 1997d. «The State's Role in the Sphere of Culture and Communication». *Current Sociology*, vol. 45, no 4, p. 93-113. En ligne. <<http://csi.sagepub.com/cgi/content/short/45/4/93%3E>.

Lampron, Pierre. 2004. «Entreprises culturelles: un devoir d'intervention». In *Diversité culturelle et mondialisation*, Abdou Diouf (dir.), p. 170 à 187. Paris: Éditions Autrement.

Laplanche, Robert. 2008. «Les sonorités mondiales, un exemple pour l'avenir de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles». In *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Yves Théoret, p. 191-212. Montréal: Hurtubise HMH.

Laroche, Josepha. 2003. *Mondialisation et gouvernance mondiale*. Coll. «Enjeux stratégiques». Paris: Institut de relations internationales et stratégiques : Presses universitaires de France, 264 p.

Laurencelle, Louis. 2005. *Abrégé sur les méthodes de recherche et la recherche expérimentale*. Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, xiv, 115 p.

Le Monde. 2013. «Accord libre-échange UE-Etats-Unis: 14 pays défendent l'exception culturelle». *Le Monde*. En ligne.

[http://www.lemonde.fr/europe/article/2013/05/14/accord-libre-echange-ue-usa-14-pays-defendent-l-exception-culturelle\\_3194147\\_3214.html%3E](http://www.lemonde.fr/europe/article/2013/05/14/accord-libre-echange-ue-usa-14-pays-defendent-l-exception-culturelle_3194147_3214.html%3E).  
Consulté le 01/10/2013.

London Stock Exchange. 2013. «Entertainment One Limited Comm SHS NPV - News Analysis - London Stock Exchange». London Stock Exchange plc. En ligne. <http://www.londonstockexchange.com/exchange/prices-and-markets/stocks/exchange-insight/news-analysis.html?fourWayKey=CA29382B1022JEGBXSSX3&page=2%3E>.  
Consulté le 06/06/2013.

Lorenzen, Mark (2008). Creativity at Work: On the Globalization of the Film Industry. Creative Encounters Working Paper no 8, Copenhagen Business School: 16 p En ligne.  
<http://openarchive.cbs.dk/cbsweb/handle/10398/7775%3E>.

Mace, Gordon, et François Pétry. 2003. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche*, 2e éd. Coll. «Méthodes des sciences humaines». Québec: Presses de l'Université Laval, xv, 134 p.

Maigret, Éric. 2003. «La sociologie des pratiques culturelles». In *Sociologie de la communication et des médias*, p. 17-40. Paris: Colin.

Margolin, Jean-Louis. 1999. «Mondialisation et histoire: une esquisse». In *Mondialisation les mots et les choses*, Michel Beaud, Olivier Dollfus, Christian Grataloup et al., p. 123-139. Paris: Éd. Karthala.

Martin, Claude, Michel De la Durantaye, Jacques Lemieux et Jason Luckerhoff. 2012. *Enjeux des industries culturelles au Québec : identité, mondialisation, convergence*. Québec: Presses de l'Université du Québec, xxix, 435 p.

Massey, Vincent (1951). Rapport de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences au Canada, 1949-1951. Ottawa, Edmond Cloutier imprimeur de Sa Très Excellente Majesté le Roi: xix, 596 p En ligne. [http://www.collectionscanada.gc.ca/massey/h5-400-f.html\\_noticebib](http://www.collectionscanada.gc.ca/massey/h5-400-f.html_noticebib)>. Consulté le 23/12/2012.



Ménard, Marc. 2004. *Éléments pour une économie des industries culturelles*. Coll. «Collection Culture et économie». Montréal: Société de développement des entreprises culturelles Québec, 167 p.

-----, 2008. «Les conséquences économiques de la diversité culturelle». In *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Yves Théoret, p. 51-73. Montréal: Hurtubise HMH.

-----, 2012. «La réussite commerciale du cinéma québécois: un succès relatif... et fragile». In *Enjeux des industries culturelles au Québec: identité, mondialisation, convergence*, Claude Martin, Michel De la Durantaye, Jacques Lemieux et Jason Luckerhoff, p. 125-142. Québec: Presses de l'Université du Québec.

----- (2013). Les formes de la mondialisation de l'industrie cinématographique. Rapport de recherche. Centre de recherche GRICIS/Chaire René-Malo

Michalet, Charles-Albert. 2004. *Qu'est-ce que la mondialisation? : petit traité à l'usage de ceux et celles qui ne savent pas encore s'il faut être pour ou contre*. Paris: La Découverte, 211 p.

Milani, Carlo R.S. 1999. «La globalisation, les organisations internationales et le débat sur la gouvernance». In *Mondialisation les mots et les choses*, Michel Beaud, Olivier Dollfus, Christian Grataloup et al., p. 169-185. Paris: Éd. Karthala.

Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (2002). Pour une politique québécoise du cinéma et de la production audiovisuelle. Document de consultation., Direction des communications: 50 p En ligne. <<http://www.mcccf.gouv.qc.ca/publications/brochure-cinema.pdf%3E>.

Mondjanagni, Alfred. 2004. «Diversité culturelle et systèmes éducatifs». In *Diversité culturelle et mondialisation*, Abdou Diouf, p. 98-121. Paris: Éditions Autrement.



Mondoux, André, et Jean-Guy Lacroix. 2008. «Fausse et vraie diversité culturelle dans le système-monde». In *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Yves Théoret, p. 75-98. Montréal: Hurtubise HMH.

Morawetz, Norbert, Jane Hardy, Colin Haslam et Keith Randle. 2007. «Finance, Policy and Industrial Dynamics- The Rise of Co-productions in the Film Industry». *Industry & Innovation*, no 14, p. 421-443.

Musso, Pierre. 2003. «La mondialisation de la communication: un processus multiforme». In *Mondialisation et gouvernance mondiale*, Josepha Laroche, p. 93-104. Paris: Institut de relations internationales et stratégiques: Presses universitaires de France.

OCCQ. 2013a. «Données statistiques». Gouvernement du Québec. En ligne. <[http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture\\_comnc/index.htm%3E](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/index.htm%3E).

----- (2013b). Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante. Édition 2013 Tome 1 L'exploitation cinématographique. Québec: 54 p En ligne. <[http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/pdf/film2013-tome1.pdf%3E](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/film2013-tome1.pdf%3E). Consulté le 01/10/2013.

Organisation internationale des Nations Unies. 2009. «Trends in International Migrant Stock: The 2008 Revision». En ligne. <<http://esa.un.org/migration/p2k0data.asp%3E>. Consulté le 14/05/2013.

Organisation internationale pour les migrations [OIM]. sans date. «Faits et chiffres». En ligne. <<http://www.iom.int/cms/fr/sites/iom/home/about-migration/facts--figures-1.html%3E>. Consulté le 14/05/2013.

Organisation Mondiale du Commerce [OMC]. 2013. «Données sur le commerce international et l'accès aux marchés». Organisation mondiale du commerce. En ligne. <[http://www.wto.org/french/res\\_f/statis\\_f/statis\\_bis\\_f.htm?solution=WTO&p](http://www.wto.org/french/res_f/statis_f/statis_bis_f.htm?solution=WTO&p)

[ath=/Dashboards/MAPS&file=Map.wcdf&bookmarkState=%7B%22impl%22:%22client%22,%22params%22:%7B%22langParam%22:%22fr%22%7D%7D%3E](#). Consulté le 13/05/2013.

Paquin, Stéphane. 2008. «Nationalisme et paradiplomatie identitaire: le Québec et la diversité culturelle». In *Diversité culturelle, identités et mondialisation : de la ratification à la mise en oeuvre de la convention sur la diversité culturelle*, Guy Lachapelle, p. 49-73. Québec: Les Presses de l'Université Laval.

Perrot, Anne, et Jean-Pierre Leclerc (2008). Cinéma et concurrence. Rapport remis à Mme Christine LAGARDE, ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi et Mme Christine ALBANER, ministre de la culture et de la communication.: 81 p En ligne.  
<[http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/dossiers/Rapport\\_cin%20concurrence/Rapportcin%20maconcurrence.pdf](http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/dossiers/Rapport_cin%20concurrence/Rapportcin%20maconcurrence.pdf)%3E. Consulté le 12/07/2013.

Piel, Jean. 1999. «Quelques considérations lexicales et historiques à propos de la "mondialisation"». In *Mondialisation les mots et les choses*, Michel Beaud, Olivier Dollfus, Christian Grataloup et al., p. 141-166. Paris: Éd. Karthala.

Pierron, Cindy, Jessica Veyret, Marie-Cerise Lemesle, Caroline Jeanneau et Benoit Danard (2013). Les coûts de distribution des films français en 2011. Paris, Centre national du cinéma et de l'image animée [CNC]: 60 p

Piuzé, Moïse. 2008. «La diversité des empires numériques». In *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Yves Théoret, p. 169-189. Montréal: Hurtubise HMH.

Poirier, Christian. 2004. *Les politiques cinématographiques*, 2 t. Coll. «Le cinéma québécois : à la recherche d'une identité?». Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, 285 p.

----- (2005). Politiques cinématographiques et groupes d'intérêt: De la relation ambivalente du cinéma québécois avec ses institutions. Nouvelles vues sur le

cinéma québécois: 18 p En ligne. <[http://cinema-quebecois.net/edition3/politique\\_cp.htm%3E](http://cinema-quebecois.net/edition3/politique_cp.htm%3E).

----- (2010). Panel 3 - L'économie de la culture: modèles qui perdurent ou changement de paradigme? Conférence introductive au panel. Version préliminaire en développement (15.10.10). La diversité culturelle à l'ère numérique. Montréal, OCCQ: 22 p En ligne. <[http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/pdf/Texte\\_christian\\_poirier.pdf%3E](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/Texte_christian_poirier.pdf%3E). Consulté le 11/07/2013.

-----, 2012. «L'industrie cinématographique québécoise: enjeux culturels, économiques et politiques». In *Enjeux des industries culturelles au Québec: identité, mondialisation, convergence*, Claude Martin, Michel De la Durantaye, Jacques Lemieux et Jason Luckerhoff, p. 91 à 124. Québec: Presses de l'Université du Québec.

Raboy, Marc, Ivan Bernier, Florian Sauvageau et Dave Atkinson. 1994. *Développement culturel et mondialisation de l'économie un enjeu démocratique*. Québec: Institut québécois de recherche sur la culture, 144 p.

Ravet, Hyacinthe, et Michel Houdu. 2002. *La mondialisation*. Paris: Ellipses, 96 p.

Rico de Sotelo, Carmen. 2008. «Regards croisés sur la diversité culturelle: entre la production matérielle et l'intégration citoyenne. Une perspective du Sud». In *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Yves Théoret, p. 213-231. Montréal: Hurtubise HMH.

Rouet, François. 1989. «Introduction». In *Économie et culture, Industries culturelles*, François Rouet. Paris: La Documentation française.

Rousselière, Damien (2004). Concentration de la diffusion du cinéma et diversité culturelle: quel rôle pour les réseaux indépendants? Post-Scriptum: 17 p En ligne. <[http://www.post-scriptum.org/flash/docs2/art\\_2004\\_04\\_001.pdf%3E](http://www.post-scriptum.org/flash/docs2/art_2004_04_001.pdf%3E).

- Saez, Jean-Pierre. 1995. *Identités, cultures et territoires*. Coll. «Habiter». Paris: Desclée de Brouwer, 267 p.
- Sauvageau, Florian. 1999. «Présentation». In *Variations sur l'influence culturelle américaine*, Florian Sauvageau, p. XI à XXV. Sainte-Foy: Presses de l'Université Laval.
- Shapiro, Carl, et Hal R. Varian. 1999. *Economie de l'information : guide stratégique de l'économie des réseaux*. Coll. «Ouvertures économiques. Balises». Paris: De Boeck, 313 p.
- Siroën, Jean-Marc. 2006. «L'état-nation survivra t-il à la mondialisation?». In *La question politique en économie internationale*, Gérard Kebabdjian et Pierre Berthaud, p. 297-312. Paris: La Découverte.
- SODEC. 2013. «Mandat». En ligne. <<http://www.sodec.gouv.qc.ca/fr/page/route/-1/15%3E>>. Consulté le 19/03/2013.
- Statistique Canada (2012). Bulletin de service, Dépenses publiques au titre de la culture: tableaux de données 2009-2010. Ministère de l'Industrie. Ottawa, Statistique Canada: 34 p En ligne. <<http://www.statcan.gc.ca/pub/87f0001x/87f0001x2012001-fra.pdf%3E>>.
- Stewart, James B. 2013. «The Flop Looms as Studios Lean on Blockbusters». *The New York Times* (New-York). En ligne. <[http://www.nytimes.com/2013/05/18/business/as-hollywood-leans-on-blockbusters-the-flop-looms.html?pagewanted=all&r=0\)%3E](http://www.nytimes.com/2013/05/18/business/as-hollywood-leans-on-blockbusters-the-flop-looms.html?pagewanted=all&r=0)%3E)>. Consulté le 14/06/2013.
- Théoret, Yves. 2008a. *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*. Montréal: Hurtubise HMH, 355 p.
- , 2008b. «Petite histoire de la reconnaissance de la diversité des expressions culturelles». In *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la*

*promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Yves Théoret, p. 18-50. Montréal: Hurtubise HMH.

Tremblay, Gaëtan. 1990. *Les Industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada*. Coll. «Communication et société». Sainte-Foy, Québec: Presses de l'Université du Québec, 429 p.

Tremblay, Odile. 2013. «Le cinéma français dans le collimateur de l'Union européenne». *Le Devoir*. En ligne. <http://www.ledevoir.com/culture/cinema/391181/le-cinema-francais-dans-le-collimateur-de-l-union-europeenne%3E>. Consulté le 29/10/2013.

Ulin, Jeffrey. 2010. *The business of media distribution : monetizing film, TV, and video content*. Amsterdam: Elsevier, xvii, 509 p.

Unesco (2002). Déclaration universelle sur la diversité culturelle. Diversité culturelle: 63 p

----- (2005). Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles: 17 p En ligne. <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919f.pdf%3E>.

----- (2009). Résumé. Rapport mondial de l'UNESCO. Investir dans la diversité culturelle et le dialogue interculturel. Éditions de l'UNESCO. Paris: 40 p En ligne. <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755F.pdf%3E>. Consulté le 06/06/2013.

Villeneuve, Anne-Claire. 2008. «Le lien entre le succès commercial du cinéma québécois et l'évolution récente du secteur de la distribution au Québec». Montréal, Maîtrise en Communication, Université du Québec à Montréal, 112 p.

Warnier, Jean-Pierre. 1999. *La mondialisation de la culture*. Coll. «Collection Repères ; 260». Paris: La Découverte, 120 p.



- Wicht, Bernard. 2004. «La diversité culturelle: le sens d'une idée». In *Diversité culturelle et mondialisation*, Abdou Diouf, p. 10-28. Paris: Éditions Autrement.
- Wise, Michael (2007). Droit et politique de la concurrence dans l'Union européenne. *Revue sur le droit et la politique de la concurrence*. 9: 7-98 p En ligne. <<http://www.cairn.info/revue-sur-le-droit-et-la-politique-de-la-concurrence-2007-1-page-7.htm%3E>.
- Zouari, Fawzia. 2004. «La diversité culturelle, un projet pour la Francophonie». In *Diversité culturelle et mondialisation*, Abdou Diouf, p. 310-340. Paris: Éditions Autrement.